ER HOSTELERIA

REVISTA PROFESIONAL DE EQUIPAMIENTO OPERADORES Y HOSTELERIA

Número 163
Marzo y Abril 1994
PRECIO 350 PESETAS

Edita PEVSA
Edificio Tersaco
Explanada Muelle Príncipe de España
Puerto de Barcelona
Tel. (93) 263 38 70 / Fax (93) 336 25 18
08039 BARCELONA

¿Cómo combatir la competencia de las videoconsolas?

Las empresas especializadas buscan alternativas que frenen el aluvión de ofertas domésticas

El *«boom»* del videojuego no lo descubre «ER». La proyección de prestigiosas marcas niponas y estadounidenses en el mercado doméstico causó cierta simpatía en un principio. Sin embargo, el desembarco de las videoconsolas en España ha sido impresionante con un volumen económico que para sí pretendieran otros sectores económicos e industriales. Este fuerte auge alimenta la preocupación de las veteranas empresas del *automático* que desde los albores del recreativo se especializaron o compaginaron las máquinas recreativas con premio con los videojuegos y ahora afrontan una 'competencia desleal' ciertamente difícil de frenar. Una de las *reflexiones más comúnmente* aportadas es que se necesitaría la total unión de las empresas implicadas, algo que la experiencia más cercana ha demostrado es prácticamente imposible y que se antoja complejo en estos momentos.

(Página 9)

Los simuladores se han convertido en protagonistas activos en el mercado del videojuego

FER'94, en Madrid

27, 28 y 29 de abril, en el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo

La Feria Española del Recreativo (FER) ha cumplido su aspiración y finalmente Madrid acoge por espacio de tres días la edición correspondiente a 1994 de la más importante manifestación de la industria del automático en nuestro país.

(Página 5)

¿A hostelería compete la desinsectación?

Los ayuntamientos quieren limitarse a inspeccionar que todo esté en orden

La decisión del municipio de Salamanca de obligar a los titulares del establecimiento de hostelería a realizar la desinsectación levanta la polémica de a quién corresponde esta tarea de vigilancia sanitaria: a la Administración o al propietario.

(Página 9)

Sumario

5
Eduardo Abril no se compromete a aliviar la presión tributaria

7
Exito de las Jornadas del Automático en Valladolid

11
Alvin Gottlieb abandona la industria del «pin-ball»

18
Anuncios Clasificados (sección gratuita)

19
El ranking del primer trimestre no arroja novedades

SPANISH AMUSEMENT TRADE SHOW

INTERNACIONAL

Feria Española del Recreativo

27, 28 y 29 Abril 1994
Pabellón de Cristal
Patronato de la Feria del Campo
Madrid (ESPAÑA)

Facomare

INTERALIA

SECRETARIA GENERAL

Avda. Diagonal, 474 - 08006 BARCELONA - Tel. (93) 416 14 66 - Fax (93) 415 00 95

No habrá Registro de Operadores único

Los titulares de los departamentos de Juego y Espectáculos de Galicia, Navarra, País Vasco y Catalunya acordaron en el curso de su última reunión en Madrid el 14 de marzo reunirse en Pamplona el 7 de abril con el fin de unificar definitivamente el contenido del *«acuerdo de principios»* sobre el que sustentar la futura Conferencia Sectorial del Juego. La decisión de convvocar esta reunión a cuatro bandas revela las dificultades que estas Comunidades Autónomas siguen encontrando al texto que deberá regular este organismo de pronta realización.

La reunión de la Comisión Sectorial del Juego del 14 de marzo reiteró el compromiso de las partes (¿y van!) por verificar de forma inmediata el documento-base a partir del cual deberá vertebrarse la futura Conferencia Sectorial.

La reunión se dividió en dos sesiones: matinal y vespertina. Aunque en ambas serían debatidas cuestiones específicas, la sesión de la tarde contó con la asistencia del director de Joc i Espectacles de la Generalitat de Catalunya, Ramón M.ª Esteva, que no pudo asistir a la reunión de la mañana. Las otras incidencias implícitas a la reunión se concretan en el retraso que por enésima vez (por causas aéreas) padeció la delegación navarra y el estreno del director general de Justicia de la Xunta de Galicia, Homero Pérez Quintana.

Fuentes consultadas por «ER» insisten en la claridad de ideas que todas las partes involucradas manifiestan sobre los criterios generales que deben presidir el contenido del *«acuerdo de principios»* por cuanto se tratan de cuestiones que afectan a la globalidad: *«son de interés general»*. Así, por ejemplo, existe común acuerdo en la necesidad de mantener un Registro Central, cuyo emplazamiento sería la CNJ o cualquier otro organismo de la Administración central, el cual versaría sobre comercialización, fabricación, estadísticas y documentación; garantizar la movilidad y circulación de las máquinas recreativas por todo el territorio español; establecer un registro de prohibidos de ámbito estatal, y; asegurar el reconocimiento recíproco de las autorizaciones. Principios fundamentados en el espíritu de colaboración interpartes.

En este último punto se incluiría igualmente el 'reconocimiento de las inscripciones', es decir, las autorizaciones de explotación y las homologaciones de las máquinas recreativas hallarían reciprocidad en cualquiera de las otras Comunidades Autónomas.

Las siete no firmarán un convenio y sí un «acuerdo»

Asimismo parece existir consenso sobre la negativa a promover un Registro Unico de Operadoras, que constituía precisamente uno de los caballos de batalla de la representación empresarial del automático. Estiman que no es comparable la fabricación con la operatividad, *«puesto que el control de la empresa operadora lo realiza cada una de las Comunidades Autónomas donde interviene, mientras que en el caso de la fabricación se presupone que el modelo tiene un ámbito estatal»*.

Sin embargo, las cuatro autonomías *«del norte»* expresaron la necesidad de fijar una nueva reunión, puesto que, a su juicio, *«permanecen dudas razonables sobre el borrador de proyecto»*.

Estas dudas razonables, en consecuencia, remiten a consideraciones mucho más semánticas, sintácticas o morfológicas, que a desacuerdos de fondo, pero a buen seguro que resultan trascendentes para promover una 'entrevista a cuatro' en Pamplona de autonomías muy concretas.

Rango jurídico

Algo en lo que las siete Comunidades Autónomas también coinciden es acerca de la validez jurídica que se le debe conceder al documento que regule la Conferencia Sectorial. Mientras la Administración central no duda en denominarlo *«convenio»*, las autonomías consultadas insisten que el acto que se pretende fijar no es más que un *«acuerdo de principios»* sobre el que posteriormente (ya en la Conferencia Sectorial) se edificarán sucesivos acuerdos, que promoverán el desarrollo de funciones e instrumentos.

Finalmente parece que será uno solo el documento que regule la Conferencia Sectorial y no siete como en un principio se llegó a especular. Un *«acuerdo de principios»* al que deberán adherirse el resto de diez Comunidades Autónomas que aún hoy carecen de competencias sobre esta materia.

Elena Martínez ha reconocido a esta redacción que las siete Comunidades han entendido perfectamente que la CNJ debe mantener su potestad en torno a aspectos, tales como orden público, estadísticas, encuestas, servicios informáticos, registros generales y, por supuesto, Ceuta y Melilla.

Esta afirmación de Martínez Carques halla paralelismo en el resto de Comunidades, aunque lo cierto es que todas las Comunidades insisten que el texto del acuerdo definitivo (al parecer estará integrado por cinco puntos precedidos por una explicación inicial) no citará en ningún instante a la Comisión Nacional del Juego, sino que tal representatividad se concretará en el 'organismo pertinente' de la Administración central (Ministerio del Interior).

¿División?

La reunión de Pamplona de cuatro Comunidades Autónomas no ha levantado ningún recelo en las otras tres (Canarias, Andalucía y Comunidad Valenciana), al menos aparentemente. No obstante, sí ha confirmado las sospechas de disensión vislumbradas en anteriores encuentros.

El apego a las competencias que algunos críticos aprecian en la actitud de esas cuatro comunidades eleva las críticas de las tres autonomías restantes. Fuentes consultadas por «ER» censuran la demora que se ha producido en el desarrollo de esta Conferencia, *«sobre todo cuando las ideas son tan claras y el planteamiento no puede ser más diáfano»*.

De ahí que acepten con 'tranquilidad aparente' esta reunión 'a cuatro' en la capital navarra. *«Quizás es porque les falta madurar. Que se reúnan y resuelvan sus problemas»*. •

ER

Expectativas a propósito de FER

Las "autonomías del norte" se han salido con la suya y el 7 de abril decidieron reunirse en Pamplona con el fin de profundizar en los rasgos que deben definir el contenido del documento-base sobre el que apoyar la futura Conferencia Sectorial del Juego. Una vez más, se produce un paso atrás temporal en la resolución de esta cuestión que ocupa y preocupa especialmente al sector del recreativo (entiéndase que empresas operadoras y fabricantes). Probablemente la presdente edición de FER sea aprovechada por el grueso de los titulares de Juego de las Comunidades Autónomas para acabar de perfilar el texto definitivo de este "acuerdo" con alguna reunión en la capital de España.

Sin embargo, a lo largo de los tres días de FER´94 la actividad va a ser intensa: elecciones en FACOMARE, reunión de FEMARA y votos entre todos los expositores por que la resultante de este certamen eleve las optimistas esperanzaS que se han depositado en el relanzamiento del automático este año.

El próximo ejercicio se antoja que no variará excesivamente respecto de las previsiones iniciales. La reciente reunión que representantes sectoriales mantuvieron con el director general de Tributos, Eduardo Abril, no permiten albergar ilusiones sobre un nuevo trato equitativo en esta materia. Naturalmente del encuentro surgió el compromiso de analizar cuál es la realidad tributaria del sector, pero los argumentos volvieron a girar sobre mismos indicadores e iguales variables. En este terreno está todo por hacer.

Precisamente las Jornadas celebradas en Tordesillas quisieron emplazar a la Administración a una toma de posición seria en torno a esta cuestión. Estas sesiones brindaron la oportunidad de reiterar demandas no por antiguas, menos actuales.

Expectativas que brinda la FER y que estas líneas tratarán de reproducir.

ER — Hostelería Informe quincenal

Edita: P.E.V.S.A.
Edificio Tersaco.
Explanada Muelle Príncipe de España
Teléfono (93) 263 38 70
Fax (93) 336 25 18
08039 Barcelona (España)

Depósito Legal: B-25259-87

Se solicitará control OJD

Fotocomposición, Montaje y Fotomecánica:
PEVSA - Telf. (93) 263 38 70
Fax (93) 336 25 18
Impresión:
PEVSA

Director en funciones:
Oscar Delgado
Fotografías:
Francisco Díaz Pagador
Publicidad y Relaciones Públicas:
Esteban Carranza Machado (Consejero)
Carme Garcia i Freixedas
Diseño y Maquetación:
Jordi Font y J.J. Martínez

Administración:
Begoña Guillén
Suscripciones:
Roger Mantolán
Consejo Asesor: Siro Bayón
Esteban Carranza
Fernando Martínez

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación sin autorización previa por escrito de la Sociedad Editora. La opinión de ER queda reflejada en el Editorial, siendo responsabilidad de los colaboradores las opiniones que pueden vertir en sus artículos.

DRAGON

1000
500
400
300
250
200
150
100
75
50
25

100 · 150 · 300 · 400 · 75 · 500 · 200 · 250 · 50 · 25 · 300 · 400 · 500 · 250 · 200 · 150 · 75 · 50

JACKPOT

10.000 3 VIDAS
2.500 2 VIDAS
1.000 1 VIDA

BANCO DE AVANCES · PREMIO MAGICO · 1 PREMIO · 2 PREMIOS · 3 PREMIOS · RESPIN · START

GANA UNA VIDA · PIERDE UNA VIDA · ADELANTA · PARE POR

INSTRUCCIO

Precio de la partida : 25 ptas.
Introduzca monedas de 25,50,100,200 o 500 pta
Accione "ACUMULE/JUGADA" si no desea can
Inicie la partida accionando jugada.
Los premios de más de 500 ptas se pagan en pa

JUEGOS ADICIONALES

RETENCIONES : Fije una o dos figuras antes d
AVANCES : Adelante las figuras una posición.
DOBLE / NADA : Juegue su premio con el pulsa

JUEGO DEL DRAGON

Se consigue el juego al completar los tres escu
Para seguir el juego, tirando el dado, accione el
Para cobrar el premio y finalizar la partida, acc
Si cae en la casilla DRAGON pierde una vida.

10.000	5.000	2.500
2	2	10

ESTA MAQUINA PAGA EL 78% O MAS

EL JUEGO QUE DA MAS JUEGO

Europea
de investigaciones electrónicas, s.a.

C. Sierra de Guadarrama,100
Polígono San Fernando de Henares
28830 MADRID
Tel. 91/677 85 22 Fax 91/677 85 74

Eduardo Abril estudiará la máquina «*light*»

El nuevo director general de Tributos, Eduardo Abril, mantuvo una línea de ambiguedad frente a las propuestas planteadas por el presidente de FAMAR, Manuel Díaz, en el curso de una reunión celebrada en Madrid el pasado 25 de marzo. Esa ambiguedad cabría inscribirla en el marco lógico de su reciente toma de posesión.

Dáz expuso al director general cuestiones que inquietan a la globalidad del sector. Por ejemplo, expresó la idea de no convenir un incremento de la tasa estatal que grava los juegos de suerte, envite y azar. En ese sentido la demanda era lógica: pedir a la Administración que modere la presión fiscal sobre el juego.

Asimismo le fue sugerida la posibilidad de eliminar o reducir los recargos sobre la tasa que han desarrollado de manera incongruente la mayoría de las Comunidades Autónomas.

Abril escuchó igualmente la propuesta de plantear una máquina alternativa que posibilitara una proporcionalidad en el sistema tributario.

La respuesta de Eduardo Abril, que estuvo acompañado del subdirector general de Economía y Hacienda, Antonio González Rosell, fue la de estudiar cada una de las iniciativas, aunque en todas ellas expresó su opinión en torno a lo complejo de materializar un cambio en la estructura tributaria existente en la actualidad.

Las estimaciones de Hacienda apuntan que el parque de «B» ha aumentado

Estimaciones de la propia Hacienda no han sido precisamente alentadoras en la celebración de esta entrevista, puesto que todo apunta a que el parque de máquinas «B» durante 1993 ha experimentado un sensible crecimiento, muy a diferencia de lo que ocurriera en 1992.

En cuanto a la alternativa de las máquinas de 5 o 10 pesetas, la acogida dispensada ha sido satisfactoria, según fuentes de FAMAR.

Manuel Díaz, presidente de FAMAR, se reunió con el director de Tributos

La víspera de mantener esta reunión en la sede de Hacienda, FAMAR celebró su asamblea general con el fin de debatir cuestiones de actualidad. Uno de los acuerdos fue precisamente no acudir a la FER oficialmente y sí colaborar con el certamen Interazar que también se celebrará en Madrid el próximo octubre. •

FER'94, la realidad

La celebración de la Feria Española del Recreativo (FER) satisface las dos máximas marcadas por FACOMARE. En primer lugar, materializar el certamen en el mes de abril y en segunda instancia, que sea la capital de España el escenario elegido finalmente para acoger esta muestra especializada que desde hace tres años ostenta la vitola de internacionalidad.

Logrados estos extremos el Palacio de Cristal de la Casa de Campo reunirá a la práctica totalidad del sector del recreativo y naturalmente a la mayoría de colectivos empresariales del automático.

La celebración de ferias del recreativo se ha caracterizado en los últimos años por llevar consigo el estigma de la polémica sobre quién, cómo y cuándo se debe celebrar. Estas diferencias han motivado la existencia de fuertes disputas a nivel de asociaciones empresariales y también en otros niveles afines a estrategias comerciales.

Feria de Torremolinos, otro certamen en Madrid en el último trimestre del año... Un largo etcétera que obviamente ha levantado la falta de comprensión en medios internacionales.

Lo cierto es que FER'94 ha asumido un prestigio que para si quisieran otros certámenes que se celebran en Europa anualmente. La prensa especializada internacional así lo ha destacado sobremanera comparándola con los eventos de Chicago, Frankfurt, Londres, Rímini.

Prestigio

El operador de máquinas recreativas tiene la oportunidad en una sola visita de probar lo que fabricantes, importadores y distribuidores expondrán en sus stands.

Las principales marcas, salvo contadas excepciones, tienen asegurada su presencia. En principio, más de un centenar de firmas expositoras ya lo han confirmado.

A buen seguro más de 3.000 profesionales pasearán por los pasillos del Palacio de Cristal con el fin de conocer de cerca qué comercializar en los próximos meses en el sector del recreativo y, por supuesto, qué introducir en hostelería.

Tres días de feria que «ER» reflejará en su próxima edición *quincenal*.•

Más contribuyentes inspeccionados

La inspección Agencia Tributaria descubrió en 1993 una deuda fiscal de 403.668 millones de pesetas, cifra que representa un aumento del 13,21 por ciento respecto del ejercicio precedente.

El número de contribuyentes inspeccionados durante el pasado ejercicio aumentó un 21,9 por ciento hasta sumar los 71.758, frente a los 58.847 del año anterior.

Un total de 472.663 'liquidaciones paralelas' provisionales sobre las declaraciones del IRPF del año 1992 se realizaron el ejercicio anterior, lo que significa un aumento del 40,11 por ciento respecto del ejercicio anterior y con un importe global de 22.812 millones de pesetas.

Igualmente la Agencia Tributaria ha efectuado liquidaciones provisionales por valor de 37.768 millones de pesetas respecto de las declaraciones del IVA del ejercicio de 1992 y alrededor de 15.400 sobre el Impuesto de Sociedades relativo al año 1991.

Cara a las declaraciones que deberán formalizarse el mes de mayo próximo una aviso claro y diáfano de la Agencia Tributaria: habrá mayor control de las deducciones.

La campaña de la Renta comienza el 2 de mayo y concluye para las declaraciones positivas o a ingresar el 20 de junio, y el 30 de junio para las negativas y a devolver.•

La Administración central paga más tarde

Inmersos en la retahila de escándalos y corruptelas que la actualidad sacude de la cotidiana vida política y social sehan conocido los resultados de un estudio recientemente elaborado por Fomento del Trabajo Nacional para el ámbito de Catalunya.

La conclusión que emana del mismo es que la Administración del Estado durante 1993 se retrasó una media de 120 días en el pago a sus empresas acreedoras. Esta curiosa demora significa que la ya contrastada tardanza se ha incrementado 40 días respecto de 1992.

A buen seguro que un estudio ponderado sobre la gestión de los gobiernos autonómicos reflejaría más sorpresas.

No sirve de consuelo para las empresas catalanas del automático que a menudo 'combaten' por agilizar sus trámites burocráticos, pero cuando menos motiva la reflexión.•

Nuestra dirección es:

Edificio Tersaco. Explanada Muelle Príncipe de España
Puerto de Barcelona
Tel. (93) 263.38.70
Fx. (93) 336.25.18
08039 Barcelona

Nueva «*superinspección fiscal*», ahora en Cádiz

Un amplio despliegue combinado de la Consejería de Gobernación y de Hacienda de la Junta de Andalucía, que ha incluido la participación o estreno de la nueva policía autonómica, tuvo lugar en toda la provincia de Cádiz del 14 al 19 de marzo pasado en el marco de un operativo denominado «Ruleta'94».

Al igual que ocurriera el mes de noviembre, esta inspección ha revelado que prácticamente todos los casos se encontraban viciados por la propia dinámica administrativa.

En efecto, empresas que se encontraban pendientes del recurso ante el Tribunal Supremo por la concesión de los avales, veían con disgusto no sólo el precinto de la máquina, sino que además, la imposición de una ulta.

Operativo

La intervención policial se desarrolló a lo largo de esa semana en dos fases. Durante los tres primeros días (lunes, martes y miércoles) la acción abarcó Jerez, Cádiz ciudad y la Sierra. Los días jueves y viernes el ámbito de actuación del operativo discurrió por el Campo de Gibraltar, Algeciras y San Roque.

Fuentes consultadas por «ER» han denunciado que durante el operativo, caso de que faltara alguno de los documentos exigidos, era exigido pago en efectivo de 125.000 pesetas.

Esta inspección afectó a alrededor de 400 máquinas de tipo «B» repartidas a lo largo de toda la provincia, de las cuales el 85 por ciento aproximadamente fueron desprecintadas a las pocas horas, según estimaciones de la Agrupación de Empresas de Máquinas Recreativas de Cádiz (AGARE).

Esta intervención, que ha contado con la participación de la policía autonómica, ha sido enjuiciada como discrecional. De ahí que al cierre de la presente edición, algunas empresas afectadas se plantearan seriamente la posibilidad de interponer acciones legales por la vía civil.

Durante una semana toda la provincia fue objeto del operativo Ruleta'94

En el estudio de esta decisión figura el hecho de que las empresas operadoras se encontraban imersas en conversaciones con Hacienda, precisamente con el objetivo de debatir si bastaría un aval bancario, o bien debería abonarse en efectivo.

Fuentes de AGARE explicaban a «ER» un caso ilustrativo. El de una empresa operadora que había presentado una solicitud de instalación el 24 de noviembre de 1993. El 9 de marzo obtenía la autorización de instalación, pero en la fecha de la 'superinspección' carecía del documento acreditativo. El operativo policial le precintó la máquina y ahora corre el riesgo de pagar una multa de 150.000 pesetas.

Nada anecdótica ha resultado esta intervención para el salón recreativo Ruleta'94, emnplazado en el Campo de Gibraltar, para cuyo propietario el hecho de que el operativo haya sido bautizado con ese mismo nombre, le está ocasionando abundantes dolores de cabeza. Tampoco en este caso se descartaba la adopción de alguna acción judicial por su titular.

Esta acción policial ha tenido lógicas reacciones en medios de la hostelería gaditana, aunque no se ha producido ninguna de tipo oficial. Así, por ejemplo, Horeca-Cádiz no ha intervenido.

Considerando que Málaga inició esta serie de actuaciones y Cádiz le ha seguido, no sería extraño que el próximo operativo tuviera a la provincia de Sevilla por protagonista.

La mayor ponderación y esmero que la Junta de Andalucía, a través de las dos Consejerías implicadas, se comprometió a llevar a cabo, a raíz de las irregularidades detectadas en el anterior «affaire» de Málaga, no parecen haber tenido eco y todo apunta a que se ha recaído en los mismos errores.●

El TC también juzgará el IGIC

El Tribunal Constitucional ha admitido a trámite una 'cuestión de inconstitucionalidad' planteada por la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Canarias por los artículos de la Ley de Régimen Fiscal de Canarias que regulan el Impuesto General Indirecto de Canarias (IGIC), el concepto bajo el que se pretendía suplantar el mecanismo del IVA existente en el resto de España.

Entre los elementos considerados como 'dudas razonables' el Constitucional ha apuntado la posible vulneración de la Disposición Adicional Tercera de la Carta Magna, de ciertos artículos del Estatuto de Autonomía de Canarias, así como de la Disposición Adicional Cuarta de la Ley de Financiación de las Comunidades Autónomas del 22 de septiembre de 1980.

Otro de los argumentos alegados se refiere a los artículos que regulan los arbitrios sobre productos e importaciones realizadas desde la Comunidad Autónoma de Canarias.

El IGIC ya tuvo problemas de aplicación cuando fue aprobado por Las Cortes, No en vano, fue necesario procurar una prórroga de un año en la fecha de aplicación.●

Indemnizar por cese, sujeto al IRPF

La Dirección General de Tributos ha resuelto la consulta planteada por un trabajador relativa a las indemnizaciones percibidas por los trabajadores contratados de nuevo por una misma empresa que les había despedido o por sus filiales, una vez transcurrido el plazo de tres años.

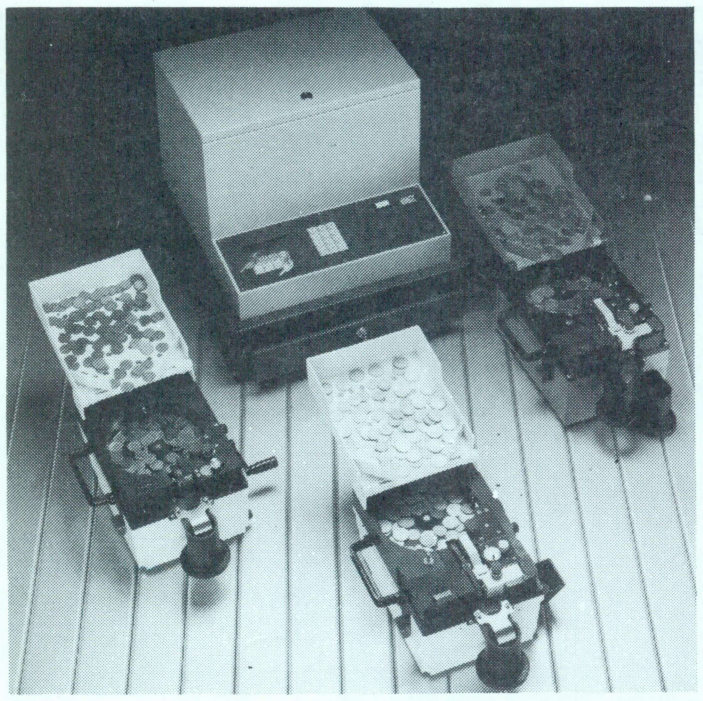
La respuesta de Tributos explicita que tales rendimientos deben declararse, a través de las liquidaciones complementarias por IRPF correspondientes al ejercicio en que debió declararse la indemnización que pierde su exención.

El artículo 2 de la nueva reglamentación del IRPF pretendía salir al paso de postulados semejantes detallando que *«se intenta evitar que gracias a los despidos y contrataciones sucesivas queden rentas sin gravar»*.

La nueva ley del IRPF pretende ser el instrumento, al cual apelar la Normativa laboral que hasta la fecha se limitaba al Estatuto de los Trabajadores y a sus normas de desarrollo, o bien a las derivadas de la ejecución de las sentencias.●

MOD. TOP ELECTRICA
MOD. TOP MANUAL
ULTIMA NOVEDAD

Seleccionan y separan las monedas en el plato, contando la moneda que se elige como modelo por la salida frontal y rechazando el resto de monedas por la salida lateral.



Mod. M-1
Contadora manual caja en fibra o metálica

Mod. M-2
Contadora manual con dispositivo de paradas programable

Mod. M-3
Contadora eléctrica y manual con dispositivo de paradas programable

Mod. TOP 1
Contadora manual con dispositivo de clasificación de monedas y programación de paradas

Mod. TOP 2
Contadora eléctrica y manual con dispositivo de clasificación de monedas y programación de paradas

ITAL GAME, s.a.
C/Garrotxa, 12 (jto. Plza. Maragall)
Tel. (93) 347 45 89 - Fax (93) 347 45 89
08026-Barcelona

La Xunta regula la venta de tabaco

El pasado mes de febrero concluía el plazo concedido por la Xunta de Galicia a los establecimientos públicos con el fin de adaptar las máquinas expendedoras al decreto sobre tabaco por el que se regulaba la instalación y venta de tabaco mediante el sistema de 'vending'.

Respecto de la hostelería gallega tampoco representa grandes aportaciones, puesto que la disposición de la Xunta se concreta en limitar su instalación en áreas específicas de determinados centros públicos, tales como hospitales, bibliotecas, cines o mercados.

En cualquier caso, el incumplimiento de las normas previstas en el decreto de la Xunta se considera una falta grave multada con 2,5 millones de pesetas.●

FAOCALE y FEMARA sientan nuevas referencias en la evolución del automático

Plataforma de solicitudes para el estudio por parte de la Administración

Fiscalidad, normativas o política sectorial ante el nuevo mapa autonómico han sido algunos de los argumentos sobre los que han girado la mayoría de ponencias durante los dos días de sesiones. Conceptos vinculados con la actividad que en este empeño desarrollan las asociaciones empresariales, en su labor de defensa y vertebración del sector.

Tanto Montañés como Martínez Carques en representación de la CNJ expusieron las líneas generales del proceso de traspaso de competencias a las comunidades de 'vía lenta', a la vez que cortaban de raíz ciertos rumores que especulaban sobre la continuidad operativa de la CNJ.

El encuentro sirvió igualmente para conocer de la voz de Marcelo de Manuel Mortera la coyuntura específica de Castilla-León en el trámite de la obtención de la mencionada *competencia.*

En las conclusiones se recuerda que las organizaciones no asociativas o clubes empresariales, cuyos objetivos se antojan lúdicos o de prestación de servicios a sus miembros, deben respetar la labor impulsada por las organizaciones empresariales como así se ha reconocido.

Este respeto de las limitaciones debiera permitir su intervención como interlocutor ante la futura Conferencia Sectorial o los órganos del Ministerio de Economía y Hacienda, y Comunidades Autónomas.

Equilibrio tributario

Varias han sido las conclusiones extraidas de esta Conferencia. Algunas de las puestas de relieve se concretan en:

- la necesidad de una regulación legal estricta que simplifique las tramitaciones administrativas;
- la promoción de una más amplia presencia de las empresas del sector a través de las asociaciones, tanto en la futura Conferencia Sectorial como en los distintos órganos de coordinación legal y administrativa;
- un equilibrio de la presión fiscal, de manera que no se produzcan elementos de discriminación, y así, se ajusten a las posibilidades del sector;
- búsqueda de fórmulas para la determinación de un código de conducta que regule las relaciones entre las empresas y de éstas con los establecimientos y usuarios.

Las ponencias destacaron la pervivencia de la empresa operadora, circunstancia que precisa la necesaria agrupación, concentración de las mismas o adopción de normas que protejan a la pequeña y mediana empresa.

Los diferentes factores analizados en un momento de crisis como el actual, tanto propios como exógenos, obligan a la búsqueda de fórmulas no sólo de colaboración empresarial, sino de agrupación de las mismas con el fin de preservar su viabilidad.

«La presión fiscal no redunda sobre el consumidor y sí en la empresa»

Desde el punto de vista empresarial existe la impresión de que se deberían buscar alternativas de colaboración entre ellas que posibiliten el crecimiento de la rentabilidad empresarial, actualmente en franca reducción debido a la desproporcionada presión fiscal y por el coste elevado de los productos. Se trataría, en definitiva, de alcanzar el servicio adecuado a hostelería.

Algunas aportaciones se han concretado en agrupaciones de interés económico o en el establecimiento de códigos de conducta autorizados por la Administración, sin olvidar la potenciación de la contratación directa de los empresarios de hostelería cubiertos por un mayor amparo legal.

Estabilidad

El colectivo empresarial reivindica conocer con antelación al desarrollo de su actividad el marco legal que regula su actuación, de forma que puedan cumplirse los objetivos de planificación adecuados a largo plazo.

El empresariado reivindica para si la posibilidad de planificar

A través de sus organizaciones empresariales, las operadoras deberían acceder activamente al desarrollo normativo planteando con tiempo a la Administración competente los problemas de los que adolece el sector en cada instante.

En ese contexto se incluye la fiscalidad que padece el sector. Resulta imprescindible efectuar un debate monográfico entre los representantes del sector con el fin de conocer qué necesidades hay en ese sentido.

Los asistentes emplazaron a la Administración al estudio de estas propuestas y a la constatación de que comparativamente con la presión fiscal en otros estados europeos o con otros sectores españoles sujetos a tributación específica, la presión fiscal que soportan las máquinas recreativas en nuestro país es muy superior en todos los casos y, particularmente, porque esta presión no repercute directamente sobre el consumidor final (jugador), sino sobre la empresa.

Conclusión trascendente de esta reunión ha sido el considerando de que el marco legal del juego debe caracterizarse por la armonía y coordinación entre las diferentes administraciones competentes.

Los ponentes comprenden que en Europa no resulta sencillo el establecimiento de una legislación uniforme, puesto que no se trata de una competencia exclusiva de la Unión Europea (UE). Sin embargo, no puede obviarse la imperativa coordinación en materia de juego entre los estados miembros de la UE, que mantienen reuniones periódicas y, por otra parte, el deseo lógico de consolidar una mayor armonización fiscal y la directa aplicación del Tratado de Roma en lo concerniente a la libertad de establecimiento (artículo 52), libre prestación de servicios (artículo 59) y libertad de competencia en el seno de la UE (artículos 85,86 y 92).

Son todos ellos motivos que justifican un preciso análisis y un seguimiento puntual del empresariado español.

Modelo autonómico

Esta variable constituía una de las principales muestras de preocupación del colectivo empresarial reunido en Tordesillas. En las conclusiones es resaltado el convencimiento de que las competencias ejecutivas, de gestión y control corresponden a las Comunidades Autónomas, aunque transitoriamente la CNJ lleve a cabo una labor de colaboración, a través de la Secretaría General Técnica del Ministerio del Interior.

Los asistentes depositan las expectativas en la futura Conferencia Sectorial, sin menospreciar el papel que compete a la CNJ, en función de las materias que se reserva la Administración central por mor de los apartados 13, 14 y 29 del artículo 149 de la Constitución.

Las operadoras reiteran la conveniencia de preservar unos Registros Generales de empresas que puedan desarrollar su actividad en todo el Estado, pero reconociéndose siempre la existencia de registros de las Comunidades Autónomas en el ámbito que ellas establezcan.

A partir de este respeto competencial la Administración deberá brindar un trato respetuoso y no discriminatorio hacia los empresarios operadores. Aún admitiendo el talante de diálogo y receptividad de estas autonomías, el empresariado recuerda la adopción de determinadas decisiones que han incrementado las dificultades porque no se han analizado fehacientemente las consecuencias.

Las jornadas organizadas por FAOCALE y FEMARA han recordado que, desde un punto de vista sociológico, las máquinas «B» poseen una incidencia social poco negativa, puesto que son muchas las personas que juegan poco dinero y, en consecuencia, no existe una imagen prototipo del jugador en estos aparatos. •

Apoyo expreso de la Junta castellano-leonesa

La *«I Conferencia Interregional del Sector de Operadores de Máquinas Recreativas»* celebrada en la localidad vallisoletana de Tordesillas se convirtió por espacio de sus dos días de duración en foro de encuentro de prácticamente todo el colectivo empresarial.

La representación sectorial se vio acompañada por un nutrido elenco de miembros de la Administración central y autonómica, así como de los estamentos jurídicos y económicos.

La organización corría a cargo de la Federación de Asociaciones de Operadores de Castilla-León (FAOCALE), en colaboración con FEMARA y con las Cámaras de Comercio e Industria de esta región.

Destacaron la participación de César Huidobro, consejero de Presidencia de la Junta de Castilla-León (departamento aparentemente responsable de la asunción de competencias); Miguel Angel Montañés Pardo, secretario general técnico del Ministerio del Interior; Marcelo de Manuel Mortera, secretario general técnico de la Consejería de Presidencia y Administración Territorial de la Junta castellanoleonesa; Alberto Sanz, director de Juego del País Vasco y Vicente Calle Olmos, representante de la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid.•

El bodegón

• *Bodegas Protos*, acogida a la Denominación de Origen 'Ribera del Duero', ha presentado recientemente en la localidad vallisoletana de Peñafiel su nueva imagen corporativa para todos sus vinos comercializados bajo la marca *Protos*. Se trata del 'Reserva Especial', 'Gran Reserva', 'Reserva', 'Crianza' y 'Ribera Duero'. Esta bodega, que cuenta con un indudable prestigio a nivel nacional e internacional, ha modernizado sus etiquetas para ser más competitiva en el mercado del vino.

• *Romanée Conti*, una de las marcas más emblemáticas del mundo, y la bodega castellanoleonesa, *Vega Sicilia*, mantienen desde 1992 el acuerdo de distribución en exclusiva para España de las marcas de la prestigiosa firma francesa. Estos caldos de procedencia del país vecino apenas dedica un 5 por ciento al sector de hostelería. Para los curiosos recordarles que cada caja de 12 botellas de Romanée Conti tiene un precio de 200.000 pesetas.

• La comercialización de vinos incluidos en la *D.O. Navarra* creció durante 1992 un 8,3 por ciento respecto del año anterior, lo cual concreta el total comercializado en 47 millones de litros de vinos tintos, rosados y blancos. Las ventas fuera de nuestras fronteras crecieron un 21 por ciento en los graneles y un 5 por ciento en embotellados. Los tintos lideran la exportación (79 %), seguidos de rosados (15 %) y blancos (6 %).

• Desde 1985 *Sopexa* organiza el «Gran Premio Sopexa del Sumiller», único concurso internacional dedicado a los vinos y espirituosos de Francia, cada dos años. Un jurado de prestigio seleccionará los candidatos en el transcurso de las pruebas eliminatorias y en la final nacional que se celebrará en cada uno de los 23 países participantes. A la presente edición acudirán sumilleres que desempeñan sus labores en bodega. La final española se celebrará en Barcelona el mes de junio y la internacional en París el próximo diciembre.

Expendedoras mixtas de refrescos y 'snacks'

Pepsi no se detiene. Una nueva campaña estratégica y de promoción de enorme envergadura ha iniciado la multinacional estadounidense de la cola en España.

Se trata de un plan conjunto de la firma Pepsi Cola con Matutano, empresa integrada dentro de Pesico, que actualmente ocupa el primer lugar en 'snacks' y aperitivos, y que se dedica a la distribución de los productos Mars.

Prueba del sólido interés manifestado por Pepsi en nuestro mercado es que al parecer esta actuación será ejecutada por directivos llegados expresamente de la sede central en Estados Unidos.

Este proyecto pasa por la creación de una filial común, Venco, que actuará a través del sector del 'vending'.

Ambas compañías crearán máquinas expendedoras mixtas que combinarán refrescos y 'snacks'.

Nuevamente Pepsi se lanza por un segmento fuertemente controlado por su competidora, Coca-Cola, cuya implantación en el segmento del 'vending' en España comenzó a lo largo del año 1992 aprovechando los Juegos Olímpicos y la Expo'92.

La diferencia entre ambas radica precisamente en el hecho de que Coca-Cola optó por la implantarse a través de franquicias.

Coke domina más del 65 por ciento del mercado de las máquinas automáticas de bebidas refrescantes existentes en España, cuyo parque total gira alrededor de las 65.000 unidades.•

Optimo balance de los vinos riojanos

Más de 156 millones de litros de vino acogidos a la Denominación de Origen Rioja fueron comercializados durante 1993, cantidad que significa un crecimiento del 5,3 por ciento respecto del ejercicio precedente.

Los vinos de 'reserva' han vuelto a ser los que mayor índice de crecimiento han experimentado, con un 25,6 por ciento en el mercado exterior y un 11,5 por ciento en el nacional.

El mercado exterior ha reiterado un óptimo comportamiento con 38.722.771 litros de vino, lo que significa un 12,7 por ciento de aumento respecto de 1992.

El volumen total de las exportaciones de rioja han representado el 24,7 por ciento del total comercializado (1,6 % más que el año anterior).

Alemania encabeza la lista de países receptores de este vino con más de 7 millones de litros, relación que es seguida por Gran Bretaña y Suecia.•

Aceite de girasol, el mayor consumo

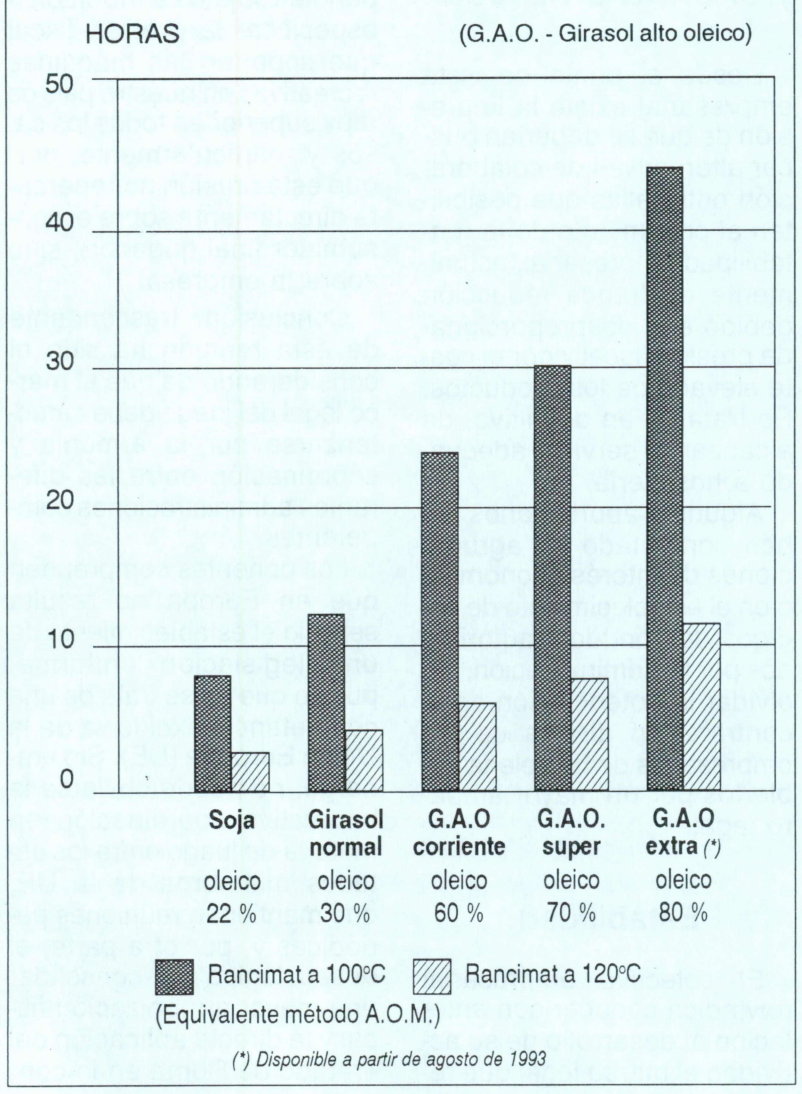
El aceite de girasol es un producto de gran consumo en hostelería. Su implantación se ha extendido en este segmento industrial desde que comenzó el cultivo de esta oleaginosa en nuestro país.

El alto oleico dispone de una serie de ventajas adicionales

A menudo se producen referencias hacia este producto. De ahí que la firma Compañía Oleícola de Refinación y Envasado (COREYSA), primer envasador español de aceite de oliva virgen en 1991 y 1992, haya confeccionado un cuadro en el que se comparan las estabilidades del aceite de soja, girasol normal y alto oleico de las distintas calidades con que cuenta esta compañía.

El cuadro adjunto detalla las ventajas del aceite de girasol con alto contenido en oleico.•

Estabilidad aceites vegetales



(*) Disponible a partir de agosto de 1993

Te-le-ti-po

• Los españoles consumieron 400.000 toneladas métricas de arroz en el curso del año 1993, cifra que significa descender al segundo puesto del ranking europeo por detrás de Portugal. España ha sido el tradicional líder europeo por volumen de exportación.

• Finalmente han sido un grupo de empresarios chilenos quienes han adquirido la mayoría de la maquinaria de la cervecera *El Aguila Negra*, que se encontraba en quiebra. De esta forma, ha quedado frustrada toda opción de unos empresarios gallegos residentes en Argentina que como adelantara «ER» habían comprado los terrenos en Asturias de esta empresa.

• *Pastas 'La Familia'*, perteneciente a la multinacional francesa BSN (la misma que controla las marcas Font Vella, Lanjarón, Mahou, Danone y un elevado porcentaje de San Miguel), facturó en el ejercicio de 1993 un total de 3.905 millones de pesetas, cifra que equivale incrementar un 16 por ciento la cuantificada en 1992. *'La Familia'* posee una cuota de mercado en España del 14,3 por ciento.

• La fusión de la riojana *Conservas Trevijano* y de la navarra *Los Santos* ha dado lugar a la sociedad *Conservas de la Ribera*, una nueva firma que instalará su factoría en las proximidades de Logroño. Los productos de esta nueva firma conservera son comercializados por la *Sociedad Comercial Navarra (SOCONA)* y por *Trevilar*, antigua empresa de ventas de Conservas Trevijano.

• Fiel a su compromiso con el sector de hostelería, una docena de empresas relacionadas con los sectores de la alimentación, sanidad y maquinaria han ofrecido su colaboración a la Asociación de Hostelería de Asturias para determinar las condiciones específicas de compra para sus asociados. El acuerdo se refiere a las firmas *Malaquías Morales, Cruzcampo, Cofrico, Estrella Galicia, Brasilia, Mantequerías Tineo, Segafredo, La Tahona, Servihostel, Assa, Centro Médico* y *Agua Mondariz*.

Te-le-ti-po

• Feliz noticia para los empresarios asturianos, puesto que a través de la Asociación de Hostelería, la Federación Asturiana de Empresarios y la Cámara de Comercio de Oviedo se ha acordado la constitución del Patronato de la Escuela de Hostelería de Asturias, cuya sede se emplazará en Oviedo. Los locales para la Escuela se emplazarán muy probablemente en el edificio de La Granja, en el Parque de San Francisco de Oviedo, que el municipio ha cedido por un período de 50 años. La firma del documento notarial por el que se da fe de la constitución del Patronato de la Fundación es el primer requisito para la creación de esta Escuela donde está prevista la formación de los profesionales del sector.

• La compañía *Seagram España*, filial de la multinacional canadiense de bebidas y distribuidora en nuestro país de las marcas Chivas Regal, The Glenlivet y Four Roses, ha incrementado en un 15 por ciento su cuota de mercado, guarismo que significa un aumento en ventas de whisky, bourbon, ron de importación y whisky de reserva. Su facturación en el pasado ejercicio también creció hasta un 18 por ciento respecto del ejercicio precedente.

• La nueva sucursal española de *Anheuser-Busch European Trade (A-BET)* ha aprovechado la reciente constitución en nuestro país para celebrar en Barcelona la I Convención Nacional de Distribuidores. A-BET es la filial europea de Anheuser Busch Inc, líder cervecero mundial, que en el pasado ejercicio captó el 9 por ciento del mercado mundial.

Las marcas «Bud» y «O'Douls's» son importadas, comercializadas y distribuidas por la filial española de A-Bet, que cuenta actualmente con una plantilla de 30 personas. Este año espera un incremento de ventas del 50 por ciento.

• Alión es el nombre del nuevo vino que pretende lanzar al mercado a finales del presente año *Vega Sicilia*. Se trata de un crianza de 18 meses, igual al tradicional caldo vallisoletano. El objetivo es colocar en el mercado más de 300.000 botellas en el plazo de un año.

¿A hostelería corresponde la desinsectación?

El ayuntamiento de Salamanca ha enviado a todos los propietarios de establecimientos de hostelería una circular en la que se les comunica que desde el mes de abril los Servicios Sanitarios Municipales dejarán de realizar la desinsectación de los citados locales, debiendo asumir sus propietarios estas labores. Esta decisión pone de manifiesto la política que los municipios españoles sin distinción están desplegando en esta área.

El escrito del ayuntamiento de Salamanca recupera el acuerdo del consistorio que suprimía la ordenanza fiscal 121 por el que se suprimía este servicio a partir del 31 de marzo.

Los servicios municipales sólo controlarán el cumplimiento de las normas

No obstante, los propietarios deberán seguir realizando en sus locales las desinsectaciones pertinentes, según lo establecido en la reglamentación provisional que regula las condiciones higiénico sanitarias de los establecimientos donde se consumen bebidas y comidas, y en vehículos de servicio público.

Las inspecciones deberán realizarse con la periodicidad establecida por empresas debidamente autorizadas reservándose el municipio la potestad de realizar revisiones esporádicas para comprobar el cumplimiento de esta norma.

La medida podría ser una de las primeras actuaciones cara a la redacción y entrada en vigor de una ordenanza que regule todos estos aspectos y que hasta la fecha no existía en Salamanca de manera concreta, a pesar del elevado número de locales de hostelería existentes en la ciudad.

El municipio estudia actualmente la redacción de una ordenanza reguladora de las condiciones higiénicas y sanitarias para establecimientos donde se consumen comidas y bebidas que deberá ser aprobada antes de concluir el primer semestre del presente año.

El modelo que siguen los responsables municipales salmantinos es el aplicado en Madrid porque se considera el más completo y su aplicación es apropiada para Salamanca.

Una vez elaborada la reglamentación, se enviará a la Junta de Casilla-León para su posterior ratificación por la corporación salmantina.

Esta ordenanza analizará aspectos directamente relacionados con las materias y productos que se consumen en los establecimientos, control de las instalaciones, servicios sanitarios y, por supuesto, las inspecciones que deben realizarse en estos locales, aunque sean empresas privadas quienes lo hagan. •

Salamanca tendrá Escuela en octubre

La Escuela de Hostelería de Salamanca cumple todos los plazos previsto y muy probablemente podrá entrar en funcionamiento el próximo mes de octubre, si bien esta decisión última compete al Ministerio de Educación y Ciencia (MEC), en virtud del convenio de colaboración firmado.

Al Ministerio corresponde el pronunciamiento sobre el comienzo y las características que reunirá el primero de los cursos de esta disciplina.

Una fuerte polémica se ha levantado en esta provincia respecto de la presencia que este colectivo empresarial desarrolló en la reciente edición de FITUR. La junta directiva de la Asociación de Empresarios de Hostelería en esa provincia analizaba días después de celebrado el certamen una participación que era enjuiciada como de *«rotundo fracaso»*.

El malestar se apoya en los pobres resultados obtenidos en la feria, aunque no ha trascedindo los motivos que condujeron a ese fracaso.

Luis Nieto, presidente de la hostelería salmantina

En declaraciones al rotativo 'El Adelanto' de Salamanca el presidente de esta asociación, Luis Nieto, justificó esta falta de concreción en el deseo por no interferir ni perjudicar los proyectos de promoción del 'Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad'.

Al parecer, las críticas se orientan hacia el Patronato Municipal de Turismo, cuya gestión no ha sido lo positiva que cabía esperar.

La federación apoya ubicar el Centro Superior de Estudios Turísticos

Paralelamente adquiere visos de realidad el proyecto de convertir la ciudad de Salamanca en sede del Centro Superior de Estudios Turísticos, decisión que corresponde en última instancia a la Junta de Castilla-León.

La candidatura salmantina obtuvo el respaldo de todas las asociaciones provinciales de Castilla y León.•

La cervecera estadounidense Coors llega a España

La adquisición a El Aguila de la planta que esta compañía poseía en Zaragoza fue el prólogo al propósito de la cervecera estadounidense, Coors Brewing, establecerse en España e indirectamente en Europa.

En efecto, más de 7.000 millones de pesetas pretende desembolsar Coors en su instalación en nuestro país. La capital aragonesa se erige en la sede europea de esta firma, entre cuyos planes figura el objetivo de abarcar todo el mercado continental.

Esta es la primera vez que Coors explotará fuera de Estados Unidos.

Al comprar la planta de Zaragoza, Coors llegó al compromiso de distribuir la marca El Aguila en el mercado estadounidense, a la vez que durante un largo período transitorio El Aguila distribuirá los productos de Coors en España y Heineken comercializará las marcas de esta denominación en el resto de Europa.

La operación económica de la cervecera estadounidense significa adelantarse a probables objetivos ulteriores de otras fabricantes de cerveza de aquel país, tales como Anheuser Busch y Miller, que todavía carecen de plantas en España.•

• La compañía cervecera *San Miguel* vendió 3,5 millones de hectólitros de cerveza durante 1993, lo cual significa una mejora en el mercado del 14,45 por ciento y una traducción en cifras de 569 millones de pesetas.

• Por su parte, *Damm* redujo la facturación el 5 por ciento respecto del año anterior. Los ingresos superaron los 26.400 millones de pesetas.

Alrededor del mundo

• Llega la primavera y con ella la estación del año en que se multiplican las novedades en el automático. Desde estas líneas una primera aproximación.

• La compañía *Virtuality Group* lanza tres nuevos juegos de sistema de segunda generación. El primer de ellos es el «X-Treme Strike», un juego de disparos intergalácticos en el que los jugadores sobrevuelan las defensas enemigas del Imperio de los Mundos y destruyen el corazón del Planeta Zenón. El segundo de los juegos introduce de lleno al jugador en un ring de boxeo. Es el «Virtuality Boxing». Por último, en «Zone Hunter» los jugadores asumen el papel de un rescatador urbano que pugna contrareloj por salvar la Tierra.

• *Namco* sorprende con el juego «Eco Fighters», *una modalidad a partir* de la cual los jugadores asumen el papel de los habitantes de dos planetas que deben repeler el ataque de un diabólico enemigo.

• El «Hard Drivin's Airbone» es otra de las novedades del mercado internacional. Se trata de un espectacular y sofisticado simulador de la firma *Atari*, a través del cual quedan garantizadas nuevas sensaciones.

• La industria del videojuego sigue a pies juntillas evidenciando los avances tecnológicos. Es el caso de una placa que utiliza un sistema que reproduce con gran definición toda clase de imágenes, y cuya presentación en Europa tuvo lugar coincidiendo con la celebración del certamen holandés, Van Expo, el pasado mes de enero. El *Namco's Ridge Racer* se vale de gráficos poligonales que proporcionan un excepcional realismo. El escenario que aparece en pantalla incluye curvas, túneles, colinas montañosas, estrechos angostos... Toda una oferta lúdica que apetece experimentar cuanto antes. El jugador tiene la oportunidad de elegir entre seis rutas distintas. Imaginamos que su introducción en España resultará inmediata.

El rugby motiva apuestas... ¡en la Bolsa de París!

El rugby constituye un activo subyacente del mercado de opciones y futuros. Por vez primera en la historia, el pasado 5 de marzo la Bolsa de París abrió un sábado después del mediodía, pero no para negociar acciones u obligaciones, sino una nueva faceta del mercado: el denominado 'Rugby Options Market'.

La dirección del mercado de capitales de la SociéteGénérale ofreció una simulación pedagógica de los instrumentos de cobertura de riesgo, ligándolo al encuentro del torneo Cinco Naciones, Francia-Inglaterra.

A modo de juego, la finalidad perseguida por los organizadores es favorecer un mayor conocimiento de estos instrumentos de coberturas de riesgos y mostrar la eficiencia y rendimiento de los derivados.

Al parecer, ésta no es la primera vez que la Socété Générale realiza operaciones de tales características bajo acontecimientos deportivos en este tipo de mercado. Desde 1990 los partidos de rugby en Sidney y Londres, fútbol en Nueva York, y sumo en Tokio.

Más de 300 altos directivos y gestores de finanzas internacionales realizaron durante 90 minutos sus apuestas en el parqué. Los particulares

Experiencias idénticas han habido en Tokio, Sidney y Nueva York

pudieron por teléfono negociar los contratos a término o cubrir su posición valiéndose de las opciones posibles.

En la suscripción de los contratos no había dinero, sino puntos, y las ganancias obtenidas se materializaban en especie, ya que el nuevo mercado estaba patrocinado por Air France.

El premio de los ganadores, a través del medio que eligieran, fue un viaje de una semana a Phuket (Tailandia), Rio de Janeiro (Brasil) y San Martín (Caribe). Las entradas de rugby para la final del campeonato de Francia del 28 de mayo también forman parte del premio de los vencedores.

En España, de momento, no hay noticias de que puedan promoverse alternativas semejantes. En el caso español seguramente la denominación sería «Futbol Opciones». Al parecer, hay que potenciar primero el «mercado de opciones» que apenas se ha desarrollado.•

Interconexión de salones en Estonia

Estonia se ha convertido en el primer país del antiguo bloque de Europa oriental en implantar salones de juego vinculadas entre sí por los mismos «jackpots».

Concretamente han sido seis los locales unidos, cada uno de ellos con una cifra de máquinas que oscilaba entre las 15 y 40.

Una empresa holandesa ha sido la responsable de garantizar la perfecta instalación de este sistema.•

Turquía restringe las importaciones

Turquía, una de las tradicionales perlas para el comercio occidental, se ha tornado un campo ciertamente incógnita para la industria del recreativo. Las recientes decisiones gubernamentales limitan considerablemente el campo de actuación de esta actividad en ciudades muy determinadas de este país.

Las autoridades exigen un certificado acreditativo del origen

Así, Estambul, Esmirna, Mersin y Antalya se pueden considerar reductos, en los cuales sí es posible obtener la pertinente licencia para introducir bienes de consumo apelando a su carácter de puertos.

Las autoridades otomanas exigen un certificado que acredite el origen de la mercancía objeto de introducción, pero además se reservan la discrecionalidad para otorgar el permiso especial, que no es precisamente una tarea sencilla.

Estas dificultades de penetración tienen repercusión inmediata en la propia gestión del sector del recreativo, puesto que sus posibilidades de desarrollo en este país se abortan.•

Máquinas de Taiwan a Kazajstán

Otro país del antiguo bloque soviético, Kazajstán, se vuelca con la industria del automático. Así, una compañía radicada en Taiwán ha establecido un «joint-venture», de forma que ha introducido diversos modelos en esta república asiática exsoviética.

La empresa taiwanesa es BTR, que además expresa un gran interés por proyectarse al resto del territorio asiático de la antigua URSS y en el Este de Europa.•

EL SECTOR EN FERIAS

• 17-19 marzo: ENADA, en Rimini (Italia).
• 17-19 marzo: ACME, en Chicago, Illinois (Estados Unidos).
• 25-31 marzo: Taiwan Amusement Exhibition'94, en Taipeh (Taiwán).
• 14-16 abril: Exposición Internacional del Recreativo, en Varsovia (Polonia).
• 26-27 abril: International Gaming Business Exposition, en Las Vegas, Nevada (Estados Unidos).
• 27-29 abril: FER'94, en Madrid.
• 5- 7 mayo: Amusement and Leisure Trade Show, en Praga (República de Chequia).
• 9-10 mayo: CANADIAN GAME EXPO'94, en Vancouver (Canadá).
• 8- 9 junio: Exposición Asiática del Automático (Asian Amusement Expo, AAE), en Hong Kong.
• 8- 9 junio: Coin-Op Trade Show, en Hong Kong.
• 8-13 junio: EXPODIVERSIONES, en Guadalajara (México).
• 14-16 junio: TILE'94 en Maastricht (Holanda).
• 23-26 junio: Summer Ces'94, en Chicago, Illinois (Estados Unidos).
• 4- 6 agosto: Salex'94, en Sao Paulo (Brasil).
• 20-22 septiembre: Asia Pacific Theme Parks & Attractions Conference & Exhibition.
• 21-23 septiembre: JAMMA, en Tokio (Japón).
• 22-24 septiembre: AMOA, en San Antonio. Texas. (Estados Unidos).
• 26-28 septiembre: Congreso Mundial del Juego, en Las Vegas (Estados Unidos).
• 27-29 septiembre: Semana de la Industria del Ocio, en Birminghan (Gran Bretaña).
• 27-28 octubre: Al Preview, en Londres (Gran Bretaña).
• 2- 4 octubre: Fun Expo'94, en las Vegas, Nevada (Estados Unidos).
• 1- 5 noviembre: IAPPA'94, en Miami, Florida (Estados Unidos).

Nace el segundo grupo mundial de espirituosos

La multinacional británica Allied Lyons, que ya controlaba el 32 por ciento del accionariado, se hará con el 100 por ciento del accionariado del grupo Pedro Domecq en una operación que equivale más de 152.000 millones de pesetas. Esto significa que se pone en marcha el segundo grupo mundial del sector de bebidas espirituosas y vinos tras la multinacional estadounidense Grand Metropolitan, que rezará con la denominación social Allied Domecq.

El compromiso fue alcanzado a mediados del pasado mes de marzo con la familia Mora Figueroa y, además del capital de Pedro Domecq, el acuerdo afecta a sus filiales.

Precisamente la familia Mora Figueroa traspasará su participación en la compañía a Allied en el término de seis años.

En el Grupo de Pedro Domecq participan distintas marcas, tales como Destilerías y Crianzas DYC (45 %), Pedro Domecq México (17 %), Tequila Sauza de México (55 %) y Pedro Domecq Importers (10 %).

La creación de este importante holding significa, a su vez, asegurar la distribución plena de marcas tan sobresalientes como La Ina, Carlos I, Fundador, Presidente o Dyc en los mercados europeo y asiático.

Pedro Domecq México era en 1992 el mayor comercializador de licores mexicano por volumen comercial, pues cuenta con una cuota del 40 por ciento del mercado. El grupo español controlaba el 83 por ciento de esta compañía que produce marcas tan prestigiosas, especialmente en México, como Presidente, Don Pedro y Azteca.

Sólo Osborne queda lejos del alcance de las multinacionales

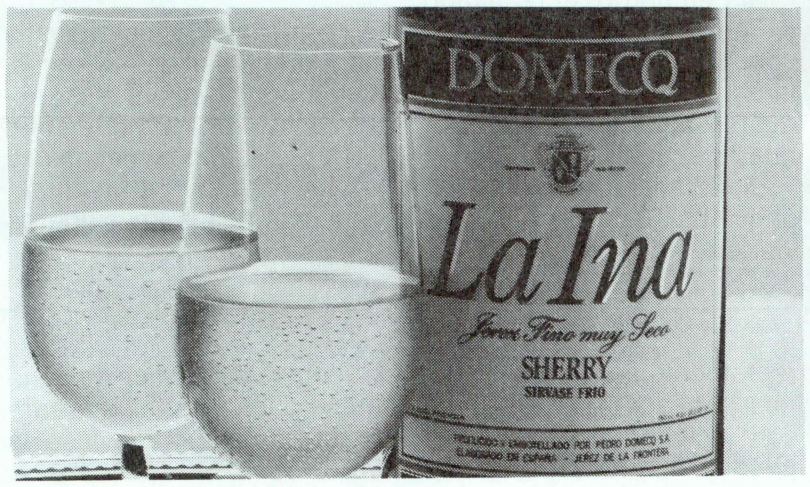
Además, en el país centroamericano esta firma se responsabiliza de comercializar las marcas de Allied, Ballantine's, el licor de café, Kahlua o el cognac Courvoisier. No debe olvidarse que también posee el 45 por ciento de Tequila Sauza, el segundo productor mundial de de tequila.

Esta importante operación comercial ocurría precisamente la víspera de suceder el asesinato del aspirante presidencial mexicano, Luis Donaldo Colosio, lo cual relativizó la reacción en aquel país.

Por su parte, Domecq Importer, cuyo 90 por ciento era propiedad a partes iguales de las compañías Pedro Domecq y la filial Pedro Domecq México, había sido constituida por el grupo español en 1981 para distribuir sus licores en el mercado de Estados Unidos.

Una vez confirmada la adquisición por el capital británico de Pedro Domecq, el panorama del prestigioso sector espirituoso en España revela que únicamente Bodegas Osborne ha logrado escapar de la presión de las multinacionales.

Por ejemplo, González Byass está participada por Grand Met, Sandeman por Seagram y la firma Bols controla la marca Williams & Humbert.•



Fuentes del grupo consideran que esta operación comercial asegurará la distribución de marcas como La Ina, que aparece en la imagen

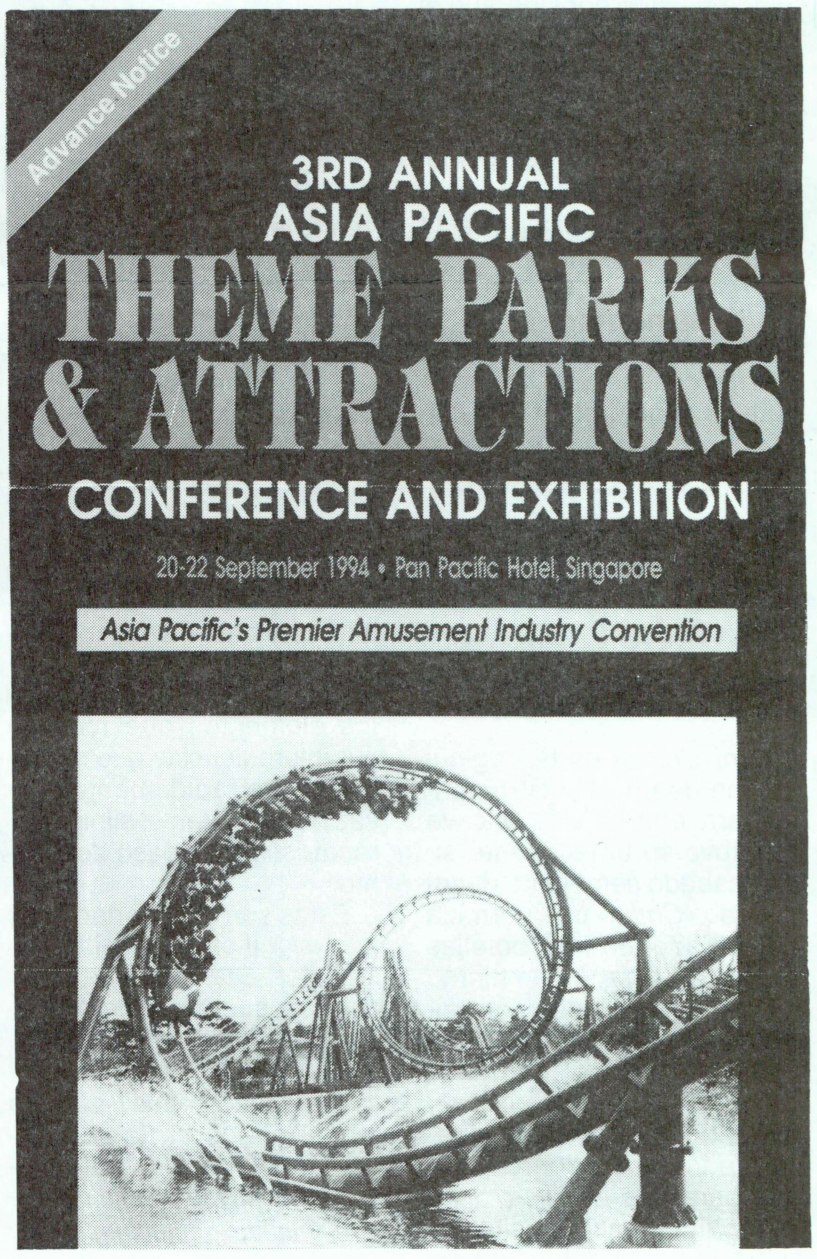
Alvin G abandona el mercado del «pin-ball»

Una sorprendente noticia llega procedente de Estados Unidos. El fabricante de «pin-balls» norteamericano, Alvin G & Company, cierra sus puertas el 4 de marzo.

Esta firma ha permanecido en el mercado por espacio de cuatro años encabezada por el prestigioso empresario Alvin Gottlieb.

Fuentes de la empresa estadounidense han justificado el cierre de la compañía en la recesión imperante a nivel mundial y muy particularmente en la industria del automático. Estas mismas fuentes han indicado que la ausencia de una sólida y efectiva red de distribución en Europa ha desencadenado la decisión de poner final a la trayectoria de esta empresa. •

La principal feria de Asia y Oceanía



Singapur acogerá entre el 20 y 22 de septiembre próximos la tercera Conferencia y Exposición de la Industria de Parques y Atracciones de Asia y Oceanía, el principal centro y oportunidad del automático en esta área del planeta, al margen de los especializados y populares certámenes que se celebran en Japón.

Una amplia representación de empresas vinculadas con el automático han confirmado su asistencia, entre las cuales sobresale la nutrida presencia de empresas que en esta región han profundizado en el sistema de la 'realidad virtual' o toda clase de tecnología vinculada con los grandes centros de recreo y parques acuáticos.

El evento cuenta con el apoyo de la IAPPA.•

DATAMAT, S. A.

IMPORT - EXPORT

ULTIMAS NOVEDADES EN PLACAS DE VIDEO-JUEGOS

DISPONEMOS DE MAS DE 50 JUEGOS DIFERENTES

CONSULTENOS SIN COMPROMISO

REPARAMOS TODO TIPO DE PLACAS

Licenciado Poza, 73 - 48013 BILBAO ☎ (94) 442 53 14
Télex 34224 DAMT-E - Fax (94) 442 53 18

El envase de vidrio, la mejor alianza para el vino

La incorporación de España a las Comunidades Europeas y la entrada en vigor del Mercado Unico han repercutido en la adopción de una serie de instrumentos que promueven una mayor competitividad de los vinos en los diferentes mercados. Mejora de la calidad objetiva del producto, adecuación a la demanda real del mercado, mejora de los procesos de comercialización y mejora de la presentación de los productos son algunas de las medidas en las que trabaja el sector con el fin de asentar esa competitividad exigida.

El envase de vidrio es parte considerable para este sector, tanto en su fase de elaboración como en la presentación. Desde siempre el vidrio ha sido considerado el envase que prestigia al producto que contiene, por lo que su empleo se identifica con productos de calidad.

Las cualidades del vidrio, *difícilmente superables*, alimentan una alianza perfecta entre vino y vidrio.

El vidrio es el óptimo aliado del vino

Vinculación

Las causas que determinan la idoneidad de vino con vidrio son variadas. En primer lugar, existen razones históricas, tradicionales, de cultura, de imagen y prestigio. En el transcurso de esta 'permanente amistad', a cada vino se le ha adjudicado un tipo de botella diferente, con forma y colores característicos. A veces, diseño y color son elegidos para personalizar un tipo o marca concreto; en otras ocasiones, la selección parte de criterios meramente funcionales.

Sin embargo, el resultado siempre será el mismo: el consumo de vino se asocia a la botella, vinculando el producto a la forma de la botella que lo envuelve.

El envase de vidrio posee unas cualidades que lo convierten en imprescindible, mucho más evidente en el caso del vino. ¿Por qué?

- Las garantías de higiene del envase de vidrio son insuperables;
- El vidrio es rigurosamente inerte, por lo que protege el producto sin alterarlo; ni quita ni cede nada.
- Físicamente resulta un producto estable, lo que garantiza que su volumen sea siempre constante.
- La diversidad de formas, colores y tamaños personalizan a cada vino particularmente.

'Intervin' es el documento que obliga a envasar en cristal

La mejora de los envases constituye la siguiente apuesta futura. Actualmente los envases de vidrio soportan mejor las solicitudes mecánicas a què puedan someterse. Son más bellos, más ligeros y más resistentes.

La contribución a esta finalidad de los Consejos Reguladores de la Denominación de Origen es ya amplia. Estos firmaron o se adhirieron al denominado *«Documento Intervin»*, a través del cual se comprometían a envasar sus vinos sólo en vidrio. Algunos ejemplos son los siguientes:

«La botella de vidrio es imprescindible para el vino» (C.R.D.O. Almansa); *«La relación vino-vidrio es incuestionable»* (C.R.D.O. Campo de Borja); *«El vino tiene que ir envasado en vidrio»* (C.R.D.O. Tacoronte-Acentejo); *«Todos los vinos deberían ir envasados en vidrio»* (C.R.D.O. Toro)....

España recicló 328.133 toneladas de vidrio en 1993, lo cual significa una recuperación del 29 por ciento del volumen total consumido.

Este porcentaje se encuentra lejos de la media europea, cuyo índice se sitúa en el 48 por ciento y representa un crecimiento del 5 por ciento respecto del volumen reciclado en 1992.

En España existen 23.401 contenedores de recogida, cifra que representa la existencia de 1 por cada 1.600 personas. •

'Fresquera' de vino y cava

Mini Chilla» es la original réplica de un útil instrumento para enfriar vino y cava que tuvo su antecedente en un acabado semejante denominado *«Chilla»* que permitía el enfriado de las botellas desde temperatura ambiente hasta los 0 grados centígrados en apenas 4 minutos.

El «Mini Chilla» reproduce estas mismas características, pero en un tamaño sensiblemente inferior y con capacidad para tres botellas.

Resulta ideal para situarlo sobre la barra del local porque además es ligero y utiliza gases no perjudiciales.

Secadores de última tecnología

Motor de gran rendimiento y larga duración, encapsulado que impide la entrada de suciedad y facilita el mantenimiento, turbina diseñada por ordenador de alto rendimiento y bajo nivel sonoro, y elemento calorífero de reciente concepción son algunos de los elementos que motivan microturbulencias que calientan el aire rápidamente, a la vez que impiden el silbido característico del paso del mismo.

Estas son las aportaciones más significativas del turbosecador *«Starmix»* que reduce el consumo y acelera la rapidez de secado.

El secador puede ser colocado de manera fácil, aunque también alberga la posibilidad de ser instalado directamente sobre una caja de enchufe.

Cafeteras-termo de fácil instalación

La compañía estadounidense *Cecilware* presenta una gama de cafeteras ideal en la elaboración de café, directamente en termos de varios tamaños. Las cafeteras son fácilmente manejables, pues pulsar un botón resulta suficiente.

Fabricadas en acero inoxidable, son resistentes y compactas.

Nuevos lavavajillas industriales

La firma italiana *Silanos* propone una serie de modelos para un lavado más delicado pero decidido, adecuados a piezas particularmente frágiles. Los modelos disponen de cestos fijos que, evitando los movimientos bruscos, protegen la vajilla más delicada contra eventuales daños.

La limpieza rápida y perfecta está asegurada por los potentes chorros de agua que llegan desde arriba y desde abajo. Son móviles, fabricados completamente en acero inoxidable 18/8 Aisi 304. Cuentan con niveles de agua automático, dosificador abrillantador incorporado, fase de lavado 1'40'' + pausa 3 + *«Nachspülen 17»*, lavado caliente (automático a 50 grados centígrados, aclarado caliente automático 90 grados centígrados, aclarado frío manual y depurador de agua automático incorporado).

«Micro-cervecera» monobloc

Elaborar cerveza de calidad en el propio establecimiento de hostelería es mucho más fácil, gracias a la «Micro-BBG-Packo» (producto de la compañía belga Packo International).

Se trata de una unidad compacta lista para elaborar sin problemas cualquier tipo de 'cerveza propia': Pilsen, Lager, Ale, Stout, Kölsh y un largo etcétera son algunos ejemplos.

Este aparato consiste en una instalación estética y de fácil manejo, fácilmente colocable en el mismo establecimiento y que proporciona cerveza de calidad. Además, brinda la posibilidad de elegir entre los 500 y 1.500 litros de capacidad.

El diseño de este utensilio en acero inoxidable, bronce y madera de roble garantiza una atmósfera cálida y acogedora.

Esta unidad permite la instalación posterior de módulos adicionales en caso necesario. Las fases de fermentación y maduración se han reducido a tan sólo 2,5 semanas aproximadamente.

Conectadores de gas de acero inoxidable

La compañía *Dormont* introdujo años atrás el conectador de gas de acero inoxidable para la industria alimentaria. La novedad en esta ocasión se concreta en el conectador de gas flexible *«Super-Safe»* que garantiza un amplio saneamiento y seguridad.

El auge de las videoconsolas preocupa en el automático

Fórmulas alternativas ante una 'competencia desleal' creciente

Pocas eran las empresas relacionadas con el automático que llegaron a creer que la industria del videojuego podía sufrir algún desequilibrio por mor de la llegada de sensacionales ofertas en el medio del aparato doméstico. Es más, algunos de ellos lo consideraban positivo en tanto habituaba al 'chaval' a dominar estos, ya hoy, espectaculares artefactos que, ora simulaban un Gran Premio de Fórmula 1, ora permitían pelear con un 'mostruo' que para sí hubiera querido el propio San Jorge en el combate con el dragón.

Pero las 'vacas flacas' parece que ya han llegado. Y es que el problema no es que el principal receptor de estos juegos haya abandonado su interés por las nuevas placas, sino que verdaderamente las videoconsolas llegan a nuestro mercado simultáneamente al lanzamiento del videojuego de salón recreativo. Incluso, *en ocasiones, se está* produciendo el hecho de que el video doméstico cuenta con la placa del juego con anterioridad a la recepción del operador.

El riesgo se acrecienta conforme pasan los días. Las previsiones de la firma Sega-España únicamente para el primer semestre de 1994 son enormemente ambiciosas: ampliación de capital de 5.000 millones de pesetas con el fin de afrontar los nuevos compromisos de inversión.

Esta proyección de Sega se complementa con la apertura de 4 parques (2 en Barcelona y 2 en Madrid), una previsión sólo en publicidad superior a los 1.200 millones de pesetas y el lanzamiento de un nuevo producto basado en la «realidad virtual».

Difícil se lo ponen a los operadores habida cuenta estas expectativas y no contando que la competencia, Nintendo, prevé unos planes ciertamente semejantes.

¿Qué hacer?

Son demasiadas variables en contra como para que las principales empresas especializadas hasta la fecha en la importación, comercialización y distribución de videojuegos, tanto en placas como con la máquina completa, se queden quietas y no busquen alternativas comerciales que frenen la posibilidad de que una placa, recién llegada, no se convierta en 'vieja'.

Los salones recreativos cambian paulatinamente de imagen como ilustra este local emplazado en el centro de Londres

Este es uno de los factores coyunturales más importantes que atraviesa industria del automático.

Eduardo Morales de Sega-Sonic lo que sucede con la máquina «A» es un claro ejemplo de la necesidad de reconversión. «*La existencia de los viejos salones de videojuego urbanos ha tocado a su fin, salvo casos muy concretos. Hay que pensar en el salón apto para toda la familia. La máquina cuenta con unas posibilidades evolutivas superiores y, en consecuencia, exige una mayor especialización, particularmente en la prestación del servicio*».

A juicio de Morales, «*incluso en aquellos escenarios donde la rentabilidad es escasa, resulta necesario pensar en incorporar un ingreso o una novedad adicional que reclame la atención*».

Mucho más allá de la idea de acrecentar las expectativas del 'gran público', Rubén Olveira, de la firma Comeltro, se plantea la necesidad de afrontar la masiva penetración de los videocaseros por la vía la unidad colectiva del conjunto de empresas implicadas. «*Años atrás la industria cinematográfica se encontró con un caso semejante en la lucha con las películas de video. Costó lograr una racionalización, pero finalmente lo que ocurrió fue muy simple: la propia industria del cine se dedicó a impulsar la industria del video. Nosotros debiéramos hacer algo semejante porque, de lo contrario, no tenemos ninguna garantía en el futuro a medio plazo*».

Virtual

Los planes de las grandes multinacionales del videojuego pasan en estos momentos por el sistema de la «realidad virtual». Así lo ponen de manifiesto las expectativas de de Nintendo y de Sega-España para 1994. Tal previsión significaría introducirse de lleno en el campo que actualmente intenta promocionar la industria del automático.

Juegos como el «Mad Dog Cree» sentaron precedente a un sistema que resulta ineludible en cualquier salón recreativo que se aprecie. Sin embaregó, el costo de esa máquina es muy superior a cualquier otro videojuego homónimo.

La realidad virtual es una materia científico-tecnológica como otras ramas, tales como la robótica, inteligencia artificial... que permite introducirnos de lleno en un mundo artificial en el cual podemos movernos con libertad.

Esta tecnología ha desarrollado unos dispositivos que incorporan unos sensores, a través de los cuales podemos transmitir al mundo virtual nuestros estímulos y movimientos y, al mismo tiempo, recibir las sensaciones que nos transmite ese mundo a nosotros.

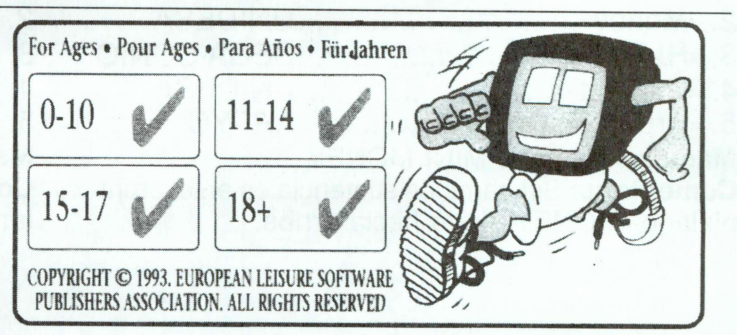
Los dispositivos son muy variados, según sea el enfoque o utilidad que pretendamos. Desde el casco provisto de una pantalla hasta el traje cibernético lleno de sensores, pasando por los guantes sensores mediante los cuales nos adentramos.

La realidad virtual se vincula con la ciencia ficción, la simulación y el diseño tridimensional y, en consecuencia, sus orígenes se funden en uno solo.

Ante las perspectivas de fuerte desarrollo en el ámbito doméstico el automático necesita un inminente replanteamiento que no le deje sin apenas opción de mercado alguna.●

Oscar Delgado

Código deontológico para el videojuego



Un ejemplo de la pegatina que figurará en el videojuego

La ELSPA (European Leisure Software Publishers Association's) ha tomado la decisión de autoregularse. De ahí que a partir de ahora se establezca una guía de categorías que dependerá de las edades de los consumidores.

Esta decisión significa diferenciar juegos en cuatro categorías: de 0 a 10 años, 11 a 14, 15 a 17 y más de 18 años. En las placas esta distinción destacará con un logo denominado «*Monitor Man*».

Las categorías quedarán definidas en función del contenido del juego, siendo los indicadores que se toman como referencia: pelea, consumo de alcohol, actividad criminal y vandalismo.

Los padres o tutores del niño podrán, de esta manera, orientarse en torno a la validez del juego en el momento de adquirirlo.

Los miembros de la ELSPA, entre cuyos miembros figuran Sega, Nintendo y Namco, han aceptado acogerse a este código que está desarrollando para su práctica comercial la firma Video Standards Council.●

Andalucía

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Nevada».....UNIDESA
4. «Aladino».....FRANCO
5. «Cash Machine».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Novedoso ranking andaluz con MONEY en alza, al igual que ALADINO y CASH MACHINE.

Aragón

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Nevada».....UNIDESA
4. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
5. «Dado de Oro».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Llega ALADINO, el modelo de RF, que multiplica su regularidad al igual que MONEY.

Asturias

1. «Nevada».....UNIDESA
2. «Mini Money».....UNIDESA
3. «Money».....UNIDESA
4. «Dado de Oro».....FRANCO
5. «Aladino».....FRANCO

Máquina en alza: *ALADINO*
Comentario: Ascensos de ALADINO y de MONEY, aunque las recaudaciones siguen bajo mínimos.

Baleares

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Cruz y Raya».....ARFYC

Máquina en alza: MINI MONEY
Comentario: Sin cambios sustanciales en el archipiélago. MONEY sigue hacia arriba.

Canarias

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Aladino».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Ascenso de MONEY con HI-ROLLER como baluarte alternativo.

Cantabria

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Aladino».....UNIDESA

Máquina en alza: ALADINO
Comentario: Penetración de ALADINO entre las cinco más recaudadoras de la región.

Castilla-La Mancha

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
3. «Money».....UNIDESA
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Aladino».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: La Comunidad castellano-manchega no reporta modificación alguna. MONEY sigue siendo el modelo con mayor proyección.

Castilla-León

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
3. «Money».....UNIDESA
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Aladino».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Estabilidad recaudadora en esta región. MONEY, alternativa.

Catalunya

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Cash Machine».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: MINI MONEY
Comentario: Incorporación de CASH MACHINE entre las cinco más recaudadoras.

Euzkadi

1. «Nevada».....UNIDESA
2. «Mini Money».....UNIDESA
3. «Money».....UNIDESA
4. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
5. «Dado de Oro».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Buena acogida a ALADINO, particularmente en Vizcaya.

Extremadura

1. «Nevada».....UNIDESA
2. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
3. «Mini Money».....UNIDESA
4. «Money».....UNIDESA
5. «Aladino».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY y ALADINO
Comentario: Ambos modelos han renovado el parque extremeño.

Galicia

1. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
2. «Mini Money».....UNIDESA
3. «Dado de Oro».....FRANCO
4. «Money».....UNIDESA
5. «Nevada».....UNIDESA

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Pujanza de MONEY con MINI MONEY como sólida alternativa a HI-ROLLER.

La Rioja

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Nevada».....UNIDESA
3. «Money».....UNIDESA
4. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
5. «Dado de Oro».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Avance de MONEY y buenas referencias para CASH MACHINE.

Madrid

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Nevada».....UNIDESA
3. «Money».....UNIDESA
4. «Aladino».....FRANCO
5. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: ALADINO
Comentario: Gana enteros ALADINO, aunque la tríada UNIDESA parece sólida.

Murcia

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
4. «Nevada».....UNIDESA
5. «Dado de Oro».....FRANCO

Máquina en alza: MONEY
Comentario: La gama «Money» no parece tener rival en esta región.

Navarra

1. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
2. «Mini Money».....UNIDESA
3. «Money».....UNIDESA
4. «Dado de Oro».....FRANCO
5. «Nevada».....UNIDESA

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Sin cambios en la Comunidad Foral. Buenas recaudaciones recoge CRUZ Y RAYA.

Comunidad Valenciana

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Money».....UNIDESA
3. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
4. «Aladino».....FRANCO
5. «Nevada».....UNIDESA

Máquina en alza: MONEY
Comentario: Puja MONEY, aunque el protagonismo corresponde a lo último de R.F.

El «ranking» de máquinas «B» se realiza a través de un sondeo estadístico efectuado entre diferentes empresas operadoras de cada una de las provincias. Posteriormente el resultado obtenido se expone en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía.•

Andalucía

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Trek».....UNIDESA
3. «Last Heroe».....BALLY
4. «Judge Dreedd».....BALLY
5. «Cue Ball Wizard».....VIFICO

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: Confirma su buen juego este modelo de UNIDESA.

Aragón

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Last Heroe».....BALLY
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Drácula».....UNIDESA
5. «Cue Ball Wizard».....VIFICO

Máquina en alza: INDIANA JONES
Comentario: Mantiene este modelo su poder de recaudación, aunque STAR TREK es el que puja más alto.

Asturias

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Trek».....UNIDESA
3. «Star Wars».....BALLY
4. «Last Heroe».....BALLY
5. «Drácula».....UNIDESA

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: El duelo de modelos al alza vislumbra la imagen de dos «estrellas» muy rentables: STAR TREK y STAR WARS.

Baleares

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Judge Dreed».....BALLY
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Drácula».....UNIDESA
5. «Super Mario Bros».....VIFICO

Máquina en alza: INDIANA JONES
Comentario: Avance cualitativo de STAR TREK. Atención a JUDGE DREEDD.

Canarias

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Trek».....UNIDESA
3. «Star Wars».....BALLY
4. «Last Heroe».....BALLY
5. «Drácula».....UNIDESA

Máquina en alza: INDIANA JONES
Comentario: Consolida el liderazgo INDIANA JONES, mientras STAR TREK postula al alza.

Cantabria

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Twilight Zone».....BALLY
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Last Heroe».....BALLY
5. «Super Mario Bros».....VIFICO

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: El modelo de UNIDESA continúa sobresaliendo en la región cántabra.

Castilla-La Mancha

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Super Mario Bros».....VIFICO
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Twilight Zone».....BALLY
5. «Drácula».....UNIDESA

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: No cabe duda que es el modelo más en forma. Buenas recaudaciones de STREET FIGHTER.

Castilla-León

1. «Star Trek».....UNIDESA
2. «Indiana Jones».....UNIDESA
3. «Last Heroe».....BALLY
4. «Twilight Zone».....BALLY
5. «Cue Ball Wizard».....VIFICO

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: El reciente lanzamiento de UNIDESA legitima su ascenso con este primer lugar en la región más extensa de la UE.

Catalunya

1. «Star Trek».....UNIDESA
2. «Indiana Jones».....UNIDESA
3. «Last Heroe».....BALLY
4. «Star Wars».....BALLY
5. «Metal Man».....INDER

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: «Número 1» con holgura para STAR TREK. STAR WARS, ejemplo de regularidad.

Euzkadi

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Trek».....UNIDESA
3. «Last Heroe».....BALLY
4. «Twilight Zone».....BALLY
5. «Star Wars».....BALLY

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: No podía ser diferente. En el País Vasco también triunfa STAR WARS. Atención a INDIANA JONES.

Extremadura

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Trek».....UNIDESA
3. «Star Wars».....BALLY
4. «Twilight Zone».....BALLY
5. «Metal Man».....INDER

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: Ascenso de STAR TREK. Optimas recaudaciones de TWILIGHT ZONE.

Galicia

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Twilight Zone».....BALLY
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Street Fighter».....VIFICO
5. «Super Mario Bros».....VIFICO

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: Avanza STAR TREK, pero los niveles de recaudación se mantienen parejos.

La Rioja

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Wars».....BALLY
3. «Twilight Zone».....BALLY
4. «Star Trek».....UNIDESA
5. «Metal Man».....INDER

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: Apenas variación del ranking riojano. Atención a STAR WARS, que mantiene índices ciertamente positivos.

Madrid

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Judge Dreedd».....BALLY
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Last Heroe».....BALLY
5. «Star Wars».....BALLY

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: El «pin-ball» sigue sobresaliendo, aunque no se concreta en un modelo particular. Bien por JUDGE DREEDD.

Murcia

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Wars».....BALLY
3. «Star Trek».....UNIDESA
4. «Metal Man».....INDER
5. «Last Heroe».....BALLY

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: El ascenso de este modelo, novedad principal en la región murciana. Buen nivel de STAR WARS.

Navarra

1. «Star Trek».....UNIDESA
2. «Indiana Jones».....UNIDESA
3. «Last Heroe».....BALLY
4. «Drácula».....UNIDESA
5. «Metal Man».....INDER

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: Asume el liderazgo STAR TREK con INDIANA JONES a la zaga.

Comunidad Valenciana

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Star Trek».....UNIDESA
3. «Judge Dreedd».....BALLY
4. «Last Heroe».....BALLY
5. «Twilight Zone».....BALLY

Máquina en alza: STAR TREK
Comentario: Gana posiciones STAR TREK. Sólido liderazgo para INDIANA JONES.

El «ranking» de «pin-balls» se realiza mediante un sondeo estadístico efectuado entre diferentes empresas operadoras existentes en cada una de las provincias españolas. Posteriormente los resultados se reflejan en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía. •

Andalucía

1. «World Rally»
2. «Samurai Shodown»
3. «Street Fighter II»
4. «Tetris»
5. «Suzuka 8 Hours»

Placa en alza: WORLD RALLY y SAMURAI SHODOWN
Comentario: Apenas alteraciones en el «ranking» andaluz. WORLD RALLY se confirma como líder.

Aragón

1. «World Rally»
2. «Street Fighter-II
3. «Fatal Fury Special»
4. «Raiden II»
5. «Sunset Riders»

Placa en alza: RAIDEN II
Comentario: La placa de SEIBU ya alcanza el cuarto lugar en esta región. WORLD RALLY, la más rentable.

Asturias

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Samurai Shodown»
4. «Tetris»
5. «Puzzle & Action»

Placa en alza: WORLD RALLY
Comentario: El primer lugar en el Principado se mascaba hacía tiempo. Buen nivel para PUZZLE & ACTION.

Baleares

1. «Samurai Shodown»
2. «World Rally»
3. «Street Fighter II»
4. «Action Fighting»
5. «Grand Slam»

Placa en alza: SAMURAI SHODOWN
Comentario: Esta placa de la surcoreana SNK consigue ascender al primer lugar. WORLD RALLY no le anda a la zaga.

Canarias

1. «Street Fighter II»
2. «World Rally»
3. «Suzuka 8 Hours»
4. «Mortal Kombat»
5. «Fatal Fury Special»

Placa en alza: MORTAL KOMBAT
Comentario: Posiciones estables en el archipiélago. MORTAL KOMBAT continúa su línea de regularidad en la provincia de Las Palmas.

Cantabria

1. «World Rally»
2. «Samurai Shodown»
3. «Street Fighter II»
4. «Tetris»
5. «Raiden II»

Placa en alza: WORLD RALLY
Comentario: Prácticamente toda la región cántabra se decanta por «Carlos Sáinz», pero el área de Castrourdiales más.

Castilla-La Mancha

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Tetris»
4. «Samurai Shodown»
5. «Mortal Kombat»

Placa en alza: SAMURAI SHODOWN
Comentario: Malas recaudaciones de este segmento en las provincias castellano-manchegas. SAMURAI SHODOWN, novedad.

Castilla-León

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Samurai Shodown»
4. «Tetris»
5. «Raiden II»

Placa en alza: WORLD RALLY
Comentario: La novedad en esta región se reduce a la placa RAIDEN II.

Catalunya

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Out Runners»
4. «Lethal Crash Race
5. «Mortal Kombat»

Placa en alza: OUT RUNNERS
Comentario: El principal ascenso se concreta en el OUT RUNNERS, todo un acontecimiento lúdico.

Euzkadi

1. «World Rally»
2. «Samurai Shodown»
3. «Street Fighter II»
4. «Tetris»
5. «Fatal Fury Special»

Placa en alza: SAMURAI SHODOWN
Comentario: Intratable la placa más rentable de los últimos tiempos en el País Vasco. WORLD RALLY es una completa garantía.

Extremadura

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Lethal Enforcers»
4. «Tetris»
5. «Fatal Fury Special»

Placa en alza: WORLD RALLY
Comentario: Sin cambios en la región extremeña, WORLD RALLY consolida el liderazgo.

Galicia

1. «Street Fighter II»
2. «World Rally»
3. «Run and Gun»
4. «Out Runners»
5. «Lethal Crash Race»

Placa en alza: OUT RUNNERS
Comentario: OUT RUNNERS sigue siendo el más firme candidato al primer puesto del «ranking» gallego.

La Rioja

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Mortal Kombat»
4. «Gal Planning II»
5. «Suzuka 8 Hours»

Placa en alza: WORLD RALLY
Comentario: Llega RUN AND GUN como principal novedad del segmento de placas de videojuego.

Madrid

1. «Samurai Shodown»
2. «World Rally»
3. «Street Fighter II»
4. «Out Runners»
5. «Puzzle & Action»

Placa en alza: SAMURAI SHODOWN
Comentario: Aunque el ascenso de SAMURAI SHODOWN al primer lugar del ranking no constituye sorpresa alguna, la regularidad de las tres primeras placas impide el salto de OUT RUNNERS.

Murcia

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Raiden II»
4. «Tetris»
5. «Fatal Fury Special»

Placa en alza: RAIDEN II
Comentario: Apenas alteraciones en el «ranking» murciano. Ligero ascenso de RAIDEN II.

Navarra

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Lethal Enforcers»
4. «Out Runners»
5. «Mortal Kombat»

Placa en alza: OUT RUNNERS
Comentario: La «habilidad» en el automóvil parece acreditarse como el principal reclamo en esta Comunidad.

Comunidad Valenciana

1. «Street Fighter II»
2. «Samurai Shodown»
3. «Out Runners»
4. «World Rally»
5. «Virtua Racing»

Placa en alza: SAMURAI SHODOWN
Comentario: Ascenso de SAMURAI SHODOWN y OUT RUNNERS, que manifiestan el principal avance.

El «ranking» de placas de videojuego se realiza a través de un sondeo estadístico efectuado entre diversas empresas operadoras de cada una de las provincias. Posteriormente la resultante es reflejada en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía.•

CIRSA MONEY

LÍDER POR RENTABILIDAD

LÍDER POR INNOVACIÓN

LÍDER POR INVESTIGACIÓN

UNIDESA®

UNIVERSAL DE DESARROLLOS ELECTRONICOS S.A.
Ctra. Castellar, 298 08226 TERRASSA Barcelona España
Tel. 93/739 67 00* Fax 93/739 67 05

CIRSA-DEPT. PUBLICIDAD Y RR.PP.

Bolsa de trabajo

Ofertas

Empresa dedicada al sector de recreativos pone sus instalaciones y experiencia para distribuir su producto. Tocamos la hosteleria y recreativo Grupo 1. Telf. (96) 667.27.11. Preguntar por Antonio.

Se hace transporte e instalación de máquina deportiva. Especialidad Billares Valley, Sam, Murrey, Mac. Darcos todos modelos. Mesas de aire. Futbolín. Baloncesto. Telf. (93) 438.55.48.

Interesante: Si es empresa operadora o tiene algún salón recreativo en estas provincias: Murcia, Alicante, Albacete, Valencia, Cuenca, Teruel y Castellón, llámenos e iremos a visitarles. Compro, vendo, cambio. Telf. (952) 24.25.82.

Interesante: si tienes salón recreativo o eres operador tipo A en Murcia, Alicante, Valencia, Albacete, Cuenca, Castellón, Teruel, Zaragoza, llamenos. Pasaremos a visitarle. Vendo, compro, cambio. Telf. (952) 24.25.82.

Comercial de explotación se ofrece para empresa, seria y estable; dentro del sector del Recreativo. Telf. (93) 777.20.02 (Contestador).

Vendo sociedad-empresa operadora. Ambito Barcelona y comarca. Sobre 50 aparatos tipo B, instalados totalmente al día (tasas, etc.). Abstenerse curiosos e insolventes. Telf. (956) 81.38.52

Oportunidad

Vendo coche anfibio procedente de concurso de televisión, a estrenar. No precisa matriculación; tracción 8 ruedas; 6 personas adultas en tierra y 4 en agua. Más información al Telf. (948) 26.34.99, Srta. Marian.

Vendo futbolines MUCA modelo Mini con kit luminoso, por no poder atender. Prácticamente nuevos y a mitad de precio 35.000 pts. Telf. (948) 68.51.38.

Locales

Se traspasa salón de juegos tipo «A». C/Mirabel, n.º 5. Valladolid. Por enfermedad y no poder atenderlo. Telf. (987) 64.44.54.

Urge vender salón de juegos tipo «A» por no poder atender. Buena instalación. 80 m2. 18 máquinas y 3 futbolines. 32 millones de ptas. Telf. (91) 544.14.50. Mañanas 9h-13h.

Compra/ Venta

Compro bobinadora para hilo de cobre, nueva o usada. Para bobinas de pinballs. Telf. (949) 25.01.16. Mediodía y noche.

Vendo pin-balls y videos usados. Telf. (91) 355.96.33.

Vendo lote pin-balls y máquinas tipo A. Oportunidad. Telf. (91) 355.96.33.

Compro máquinas de dardos. Preferible monitor. Llamar de 9 a 12 de la mañana. Telf. (988) 52.81.25.

Compro máquinas deportivas, dianas, mesas de aire, billares americanos, baskets (a ser posible «Eurogames» italianos) e infantiles (a ser posible hidraúlicos). Interesa motos o coches. Batería. Telf. (971) 89.28.12.

Vendo máquinas de aire. Mod. Air Game-Presas. Precio 75.000 ptas. Telf. (986) 27.46.12.

Compro máquinas de bolas usadas americanas y españolas y cambio placas. Telf. (965) 44.40.20.

Vendo 2 boleras de 8,5 m. de largo. Marca Alf. Muy buen estado. Funcionando con monedas. Precio unidad 800.000 ptas. Telf. (972) 77.02.54.

Vendo 3 máquinas de minigolf semi nuevas. Precio unidad 200.000 ptas. Telf. (972) 77.02.54.

Se vende material para parques, pista de autos de choque, motos, bateria, barcas bateria, camas elásticas, etc. Telf. (972) 77.02.54.

Se compran dianas electrónicas. Interesados llamar al Telf. (980) 52.81.25. de 10-12 h.

Compramos máquinas «Pin-Ball» usadas. Buen estado y con documentación. Telf. (974) 22.71.11.

Se venden varias máquinas de video juego de varios modelos y pulgadas, así como un lote placas varias. Precio interesante. Telf. (91) 606.94.14. Fuenlabrada (Madrid) Recreativos Dinamarca, S.L.

Vendo futbolines MUCA modelo Mini con kit luminoso, por no poder atender. Prácticamente nuevos y a mitad de precio 35.000 ptas. Telf. (948) 68.51.38.

Se compran dianas electrónicas. Interesados llamar de 10 a 12 h. al Telf. (980) 52.81.25.

Compro 1 guía de Moon Light y 1 guía de Canasta - 86 de INDER. Telf. (949) 25.01.16.

Vendo 4 videos mod. MESA TIMANFAYA, CONECTOR JAMMA, con guía impecables, 40.000 unidad. Telf. (949) 25.01.16.

Ofertas

Oportunidad. Venta de máquinas deportivas, nuevas y de ocasión (dianas con monitor en color, mesas de aire, billares, futbolines, basquets, boleras, etc...) Información en el telf. (93) 593.08.62 y (976) 58.70.39

Vendo 6 billares modelo Escardibul. Precio unidad 60.000 ptas. Telf. (972) 77.05.12.

Placas originales Mutant Fighter 35; Silent Dragon 35; Don Doco Don 35; Nemo 55; Simpsons 50; Capitan America 50; Rainwob Island 25; Cruar Buster 25; Blak Hoda 18; Cadillac Dinosaury 40; World Rally 70; Robocop II 35; Tetris 15. Telf. (96) 583.36.77 / 586.56.52.

Se venden futbolines y mesas de aire. Semi nuevas a precio de ganga. Telf. (983) 27.98.61.

Vendo o cambio placas: Martial Champion 90, World Rally 70, Capitan America 45, Thunder Hoop 45, Escape Kids 45, Street Fighter II 30, Tortugas 2 25, Thunder Force 25, Capitan Comando 25. Telf. (96) 556.51.35. Antonio.

Vendo dianas y futbolines seminuevos. Llamar al Telf. de Sevilla (95) 580.10.21.

Vendo 4 videojuegos dobles KONAMI y ARFYC doble. Pantallas de 28 pulgadas. Vendo futbolines y billares. Préstamo pendiente de amortización de 2 millones. Telf. (965) 583.00.71. Sr. Javier.

Se venden futbitos, modelo Presas, seminuevos. Telf. (987) 21.30.88.

Alquiler de placas video juegos: Jurassic Park, Bubsy, Tiny Toon. Más de 300 títulos en alquiler. Telf. (96) 667.27.11.

Alquiler placas Jurassic Park. 175 ptas/día. Rentabiliza tu máquina «A». Alquila tus juegos por sólo 175 ptas. diarias. Telf. (96) 667.27.11.

Vendo placas usadas varios modelos. A partir de 8.000 ptas. Telf. (972) 77.05.12.

Vendo lote pin-balls. Usados para exportación. Precio unidad 25.000 ptas. Telf. (972) 77.05.12.

Vendo lote 30 videos usados para exportación. Precio unidad 25.000 ptas. Telf. (972) 77.05.12.

Billares americanos de ocasión oferta unica 70.000 ptas. Recien tapizados (1,84x1,06), superficie de juego pizarra, poco usados. Interesados llamar al teléfono (977) 33.00.77. Preguntar por el seños Xavier Vidal.

¡Oportunidad! Placas F-4078 + Choper 1 20.000 ptas.; Legendario Wing + Teraforce 20.000 ptas.; Grizon + Teraforce 20.000 ptas.; 1942 + Armen F. 20.000 ptas.; Shinoby + Capitan Comando 40.000 ptas. Telf. (96) 667.27.11 / 667.28.92.

Vendo placas de ocasión. Precios muy interesantes. Lotes de 8 placas. 95.000 ptas. Modelos muy variados. ¡Ultimos lotes! Sr. Francisco González. Telf. (91) 866.09.38. Fax (91) 866.80.73.

Oportunidad: vendo pinball Williams americano, con el High-Speed, por sólo 45.000 pesetas. Telf. (972) 67.13.61.

Billares americanos de ocasión. Oferta única. 78.000 ptas. Recién tapizados (1'84 x 1'06). Superfície de juego pizarra. Poco usados. Interesados llamar Telf. (977) 33.00.77. Sr. Vidal.

¡Oportunidad Placas! Jackal + Wonde Planeta 17.000 ptas.; Wihizz + Sky Wolf 17.000 ptas.; Lady Breed + Super Star WF1 17.000 ptas.; Robocop 1 + Pow 17.000 ptas.; R. Type + Popeye 17.000 ptas.; Fort West. Lady Breed 14.000 ptas. Telf. (96) 667.28.92.

Vendo 15 videos. 25 Pulgadas, Monitor Hantarex. Impecables, casi a estrenar. Precios interesantes. Telf. (91) 22.74.94.

Vendo dos máquinas «B». Mod. Superformula 2. Sin estrenar. 100.000 ptas. cada una. Una máquina «A» Mod. Thunder Blade (Cirsa). Seminuevo 200.000 ptas. Telf. (925) 56.44.63.

Venta de juegos de máquinas tipo «A» del año 1993. Telf. (977) 75.24.87.

Vendo placa Crash Race. 50.000 pts. Telf. (977) 75.24.87.

Placas originales: Ultimate Tenis 140, Captain Hook 80, Super Street Fighter 25, Raiden II, Metalmolforce, Golden Axe II, Mega Twins 50, World Rally, Martial Champion. Preguntar por Antonio. Telf. (96) 556.51.35.

Varios

Se vende furgoneta Seat Trans. Cerrada, gasolina, buen estado. 9 años. 210.000 ptas. Telf. (987) 21.30.88.

Atención Operadores: arreglamos todo tipo de placas y material electrónico o mecánico relacionado con el recreativo. Interesados llamar al Telf. (977) 33.00.77. Sr. Vidal.

Vendo explotación de videos por no poder atender. También placas. Telf. (91) 890.01.78

Vendo máquina tipo A. También vendo placas, billares y futbolines. También traspaso sala de juego con todo el regla en El Escorial. Telf. (91) 890.01.78.

Compro explotaciones de tipo «B» a nivel nacional. Telf. (968) 25.01.50 - (908) 76.37.94. Preguntar por José.

ORDEN DE INSERCION GRATUITA PARA SUSCRIPTORES

TITULAR SUSCRIPCION.....

NOMBRE .....

DIRECCION .....

LOCALIDAD .....

TEL ( ) .....

FAX ( ) .....

N.I.F. .....

Profesión .....

Sector .....

TEXTO (máximo 30 palabras)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

REMITIR A: **ER/HOSTELERIA.** Plaza Duque de Medinacelli, 5, 1.º — 08002 Barcelona

Ranking Nacional de Máquinas B

1. «Mini Money»..... UNIDESA
2. «Money»..... UNIDESA
3. «Hi-Roller»..... SEGA-SONIC
4. «Nevada»..... UNIDESA
5. «Aladino»..... FRANCO
6. «Dado de Oro»..... FRANCO

Ranking Nacional de Videojuegos

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Samurai Shodown»
4. «Tetris»
5. «Out Runners»
6. «Mortal Kombat»

Ranking Nacional de Pin-Balls

1. «Indiana Jones»..... UNIDESA
2. «Star Trek»..... UNIDESA
3. «Last Heroe»..... BALLY
4. «Star Wars»..... BALLY
5. «Twilight Zone»..... BALLY
6. «Drácula»..... UNIDESA

ELECTRONICOS MARTE, s.a.

IMPORT - EXPORT

Venta de placas para videojuego

Contamos con las últimas novedades

CONSULTENOS SIN COMPROMISO

Ntra. Sra. de Guadalupe, n.º 16
(Junto plaza de toros Ventas) — MADRID
Tels.: (91) 361 29 43 - 355 86 63
Fax (91) 361 29 73

Las mejores del trimestre

La crisis ha estado presente en la dinámica empresarial del primer trimestre de 1994. Esta circunstancia coyuntural ha tenido reflejo en la realidad recaudadora del automático. A pesar de todo, la renovación del mercado, particularmente en el segmento de las máquinas «B» ha tenido su componente positiva. De ahí que al menos se haya percibido un cierto optimismo en la reacción de los modelos encuadrados en esa tipología.

En el apartado de máquinas «B» MINI MONEY se ha consolidado en primer lugar seguida de HI-ROLLER y NEVADA, cuyas aportaciones recaudadoras tenían precedente en el ejercicio anterior. MONEY puede ser considerado como la novedad exitosa que espera continuidad en los meses siguientes.

INDIANA JONES, de largo, ha sido el 'pin-ball' más destacado del trimestre, pero otros modelos de la firma BALLY se han encargado de complementar los éxitos de WILLIAMS fabricados y comercializados en España por UNIDESA. STAR TREK, en cualquier caso, se perfila como la alternativa a corto plazo.

Por último, en el ámbito de las placas de videojuego, WORLD RALLY ha sido el líder indiscutible, pero mención muy especial para SAMURAI SHODOWN.

«B»

(Primera quincena enero 1994 — Segunda quincena abril 1994)

1. «Mini Money».....UNIDESA
2. «Hi-Roller».....SEGA-SONIC
3. «Nevada».....UNIDESA
4. «Dado de Oro».....FRANCO
5. «Money».....UNIDESA
6. «Dado Mágico».....FRANCO

«PIN-BALL»

(Primera quincena enero 1994 - Segunda quincena abril 1994)

1. «Indiana Jones».....UNIDESA
2. «Last Heroe».....BALLY
3. «Drácula».....UNIDESA
4. «Star Wars».....BALLY
5. «Star Trek».....UNIDESA
6. «Twilight Zone».....BALLY

«VIDEOS»

(Primera quincena enero 1994 — Segunda quincena abril 1994)

1. «World Rally»
2. «Street Fighter II»
3. «Tetris»
4. «Mortal Kombat»
5. «Samurai Shodown»
6. «Fatal Fury Special»

CIRSA DAKOTA

Mistery

3 x

Tres x en cualquier posición obtiene Mistery.

MultiLíneas

xxx

Tres x en línea juega con cinco líneas.

UNIDESA®

UNIVERSAL DE DESARROLLOS ELECTRONICOS S.A.
Ctra. Castellar, 298 08226 TERRASSA Barcelona Spain
Tel. 93/739 67 00* Fax 93/739 67 05